

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

ELIESER GOMES BALTHAZAR

**DESENVOLVIMENTO DE VESTUÁRIO PARA MÚSICOS:
UMA PROPOSTA DE ROUPAS FEMININAS PARA VIOLINISTAS**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA

2014

ELIESER GOMES BALTHAZAR

**DESENVOLVIMENTO DE VESTUÁRIO PARA MÚSICOS:
UMA PROPOSTA DE ROUPAS FEMININAS PARA VIOLINISTAS**

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

Orientador: Prof. Ms. Celso Tetsuro Suono

APUCARANA

2014



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 111

**Desenvolvimento de vestuário para músicos: uma proposta de roupas
femininas para violinistas**

por

ELIESER GOMES BALTHAZAR

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado ao primeiro dia do mês de agosto do ano de dois mil e quatorze, às vinte e uma horas, como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, Linha de pesquisa Processo de Desenvolvimento do Produto, do Curso Superior em Tecnologia em Design de Moda da UTFPR – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. O candidato foi arguido pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado.

PROFESSOR(A) CELSO TETSURO SUONO – ORIENTADOR(A)

PROFESSOR(A) MARCELO CAPRE DIAS – EXAMINADOR(A)

PROFESSOR(A) DÉBORA MIZUBUTI BRITO – EXAMINADOR(A)

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

Dedico aos meus pais Manoel Balthazar e Elisomar Muniz Gomes Balthazar, que sempre acreditaram nos meus sonhos.

Aos meus irmãos Luciana, Franciele e Júlio, que estiveram ao meu lado nos momentos difíceis.

Aos meus amigos de turma, pela jornada de alegrias e de superação durante o curso.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, Criador do Céu e da Terra, por ser fiel a cada dia, mostrando-me que a fé nele ajuda a resolvermos muitas questões.

Ao querido professor Celso, meu orientador, irmão, mais que amigo, que sempre se preocupou comigo e com todos os seus alunos de maneira ímpar. Que Deus continue a abençoá-lo.

Aos meus pais que com seus princípios, e dentro dos seus limites, fizeram o máximo para ajudar-me com a realização deste.

Aos meus irmãos que jamais esquecerei o que fizeram por mim, quando eu precisei finalizar cada parte deste trabalho, sempre me ajudaram.

Aos meus parentes que quando me viram sempre me motivaram.

À Andreia Jesuíno, que mesmo morando longe, me ligou para saber como eu estava e me dar apoio.

Ao maestro Ricardo Podmowski, pelo carinho, atenção e paciência, pela ajuda que me ofereceu com as pesquisas e materiais. Deus o abençoe.

À Ketiny Verri, pela contribuição, nos momentos que precisei, ela sempre estava pronta a ajudar. Ela é uma pessoa incrível. Que Deus te guie no caminho Dele.

À Tamyres, pela atenção e paciência. Deus a abençoe.

Quero agradecer a todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste trabalho.

“Porque Deus amou o mundo de tal maneira que deu seu Filho unigênito, para que todo aquele que nele crê não pereça, mas tenha a vida eterna.” (João, 3 Cap.16)

RESUMO

BALTHAZAR, Elieser Gomes. Desenvolvimento de vestuário para músicos: uma proposta de roupas femininas para violinistas. 2014. 170p. Trabalho de Conclusão de Curso II – Curso Superior e Tecnologia em Design de Moda, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2014.

O conhecimento sobre música abrange algumas particularidades no que diz respeito ao manuseio de cada tipo de instrumento musical. Mesmo para quem não é da área, é possível perceber e identificar aspectos que diferenciam as características e as necessidades para cada instrumentista. No Brasil é comum encontrar um considerável número de pessoas apreciadoras e praticantes da música que – de forma amadora ou profissional – são convidados ou contratados para participar de apresentações artísticas em sinfonias ou orquestras ou de eventos sociais como bailes, festas de formaturas, aniversários e casamentos. Independente do seu nível de atuação, a maioria desses profissionais possui um cuidado especial quanto à aparência no que diz respeito à escolha do vestuário que irá utilizar nas apresentações em público. Em virtude da quase inexistência de lojas especializadas que comercializem peças direcionadas para músicos no país, o que se observa é que as roupas adquiridas pelos instrumentistas acabam sendo compradas em lojas que, eventualmente, não oferecem vestuários realmente adequados e que atendam as reais exigências e necessidades dos músicos. Uma vez que durante a sua *performance*, os instrumentistas precisam desenvolver movimentos específicos que lhes permitam bom desempenho ao manusear o instrumento musical, muitas vezes as roupas utilizadas acabam comprometendo esses movimentos em certas partes do corpo, o que prejudica a atuação do músico nas suas apresentações. Dessa maneira, o presente estudo tem como proposta o desenvolvimento de vestuários que sejam concebidos dentro das necessidades dos profissionais da área de música – mais especificamente para mulheres violinistas – que ao mesmo tempo contemplem exigências estéticas e ofereçam conforto, privilegiando a destreza dessas instrumentistas que levam, por meio da música, mais alegria para as pessoas.

Palavras-chave: Vestuário para músicos. Violinistas. Segmento feminino.

ABSTRACT

BALTHAZAR, Elieser Gomes. Development of musicians clothing: a clothes proposal for violinists. 2014. 170p. Working End of Course II – Course and Superior Technology in Fashion Design, Federal Technological University of Parana. Apucarana, 2014.

The knowledge about music reaches some peculiarities with respect to the handling of every kind of musical instrument. Even for those who are not from the area, it's possible to perceive and identify aspects that differentiate the characteristics and needs for each instrumentalist. In Brazil it is common to find a considerable number of people appreciative and practitioners of music – amateur or professional manner – or contractors are invited to participate in artistic performances in orchestras or symphonies or social events such as dances, parties, graduations, birthdays and weddings. Regardless of your expertise level, most of these professionals has a special care for the appearance with regard to the choice of clothing that will be used in public presentations. Given the virtual absence of specialist shops that sell targeted for musicians in country parts, what is observed is that the clothes purchased by instrumentalists end up being purchased in stores that eventually does not really offer suitable garments that meet the real needs and musicians requirements. Once during your performance, the musicians need to develop specific movements that allow them to perform well in handling the musical instrument often used clothes end up compromising these movements in certain parts of the body, which impairs the performance of the musician in your presentations. Thus, the present study is proposing the garments development garments that are designed within the needs of professionals in the music area – specifically for violinists women – while contemplating aesthetic requirements and provide comfort, emphasizing the dexterity of these instrumentalists who lead, through music, more joy to people.

Keywords: Clothing for musicians. Violinists. Female segment.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Os três tipos básicos do corpo humano (Sheldon, 1940).....	31
Figura 2 – Conformações físicas de diferentes corpos	33
Figura 3 – Bond e Vanessa Mae	34
Figura 4 – Logomarca	52
Figura 5 – Regiões do território brasileiro	55
Figura 6 – Simulação do projeto da fachada e do interior da loja de marca própria..	56
Figura 7 – Simulação de anúncio de revista	58
Figura 8 – Simulação de propaganda em <i>outdoor</i> eletrônico	58
Figura 9 – Sacolas (versões com fundo claro e fundo escuro)	59
Figura 10 – Caixas (versões com fundo claro e fundo escuro)	60
Figura 11 – Público alvo	61
Figura 12 – Cartaz de divulgação do filme "O Fantasma da Ópera" na França	67
Figura 13 – Cenário interno do Teatro Ópera de Paris	68
Figura 14 – O misterioso "Fantasma da Ópera" nas catacumbas do teatro.....	68
Figura 15 – O romance e a paixão entre Christine e Raoul	69
Figura 16 – A atração inexplicável de Christine pelo misterioso "Fantasma da Ópera"	70
Figura 17 – A paixão eternizada entre duas pessoas de mundos diferentes através da música	70
Figura 18 – <i>Shapes</i>	72
Figura 19 – Painel semântico da coleção.....	74
Figura 20 – Cartela de cores <i>Pantone Fashion+Home</i>	75
Figura 21 – Cartela de materiais	76
Figura 22 – Geração de alternativa – <i>Look 01</i>	77
Figura 23 – Geração de alternativa – <i>Look 02</i>	78
Figura 24 – Geração de alternativa – <i>Look 03</i>	79

Figura 25 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 04	80
Figura 26 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 05	81
Figura 27 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 06	82
Figura 28 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 07	83
Figura 29 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 08	84
Figura 30 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 09	85
Figura 31 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 10	86
Figura 32 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 11	87
Figura 33 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 12	88
Figura 34 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 13	89
Figura 35 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 14	90
Figura 36 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 15	91
Figura 37 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 16	92
Figura 38 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 17	93
Figura 39 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 18	94
Figura 40 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 19	95
Figura 41 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 20	96
Figura 42 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 21	97
Figura 43 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 22	98
Figura 44 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 23	99
Figura 45 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 24	100
Figura 46 – Geração de alternativa – <i>Look</i> 25	101
Figura 47 – Ficha técnica – vestido plissado (folha 1).....	114
Figura 48 – Ficha técnica – vestido plissado (folha 2).....	115
Figura 49 – Ficha técnica – vestido plissado (folha 3).....	116
Figura 50 – Ficha técnica – vestido com faixa (folha 1)	117
Figura 51 – Ficha técnica – vestido com faixa (folha 2)	118

Figura 52 – Ficha técnica – vestido com faixa (folha 3)	119
Figura 53 – Ficha técnica – blusa de pregas (folha 1).....	120
Figura 54 – Ficha técnica – blusa de pregas (folha 2).....	121
Figura 55 – Ficha técnica – Blusa de pregas (folha 3)	122
Figura 56 – Ficha técnica – calça com renda (folha 1).....	123
Figura 57 – Ficha técnica – calça com renda (folha 2).....	124
Figura 58 – Ficha técnica – calça com renda (folha 3).....	125
Figura 59 – Ficha técnica – blusa com renda (folha 1).....	126
Figura 60 – Ficha Técnica – blusa com renda (folha 2)	127
Figura 61 – Ficha Técnica – blusa com renda (folha 3)	128
Figura 62 – Ficha Técnica – saia plissada (folha 1)	129
Figura 63 – Ficha técnica – saia plissada (folha 2)	130
Figura 64 – Ficha técnica – saia plissada (folha 3)	131
Figura 65 – Ficha técnica – camisa plissada (folha 1).....	132
Figura 66 – Ficha técnica – camisa plissada (folha2).....	133
Figura 67 – Ficha técnica – camisa plissada (folha 3).....	134
Figura 68 – Ficha técnica – calça com recortes (folha 1)	135
Figura 69 – Ficha técnica – calça com recortes (folha 2)	136
Figura 70 – Ficha técnica – calça com recortes (folha 3)	137
Figura 71 – Ficha técnica – vestido <i>gloss</i> (folha 1)	138
Figura 72 – Ficha técnica – vestido <i>gloss</i> (folha 2)	139
Figura 73 – Ficha técnica – vestido <i>gloss</i> (folha 3)	140
Figura 74 – Prancha visual do <i>look</i> confeccionado – 1	141
Figura 75 – Prancha visual do <i>look</i> confeccionado – 2	142
Figura 76 – Prancha visual do <i>look</i> confeccionado – 3	143
Figura 77 – Prancha visual do <i>look</i> confeccionado – 4	144
Figura 78 – Prancha visual do <i>look</i> confeccionado – 5	145

Figura 79 – Prancha visual do <i>look</i> confeccionado – 6	146
Figura 80 – <i>Look</i> confeccionado 1	147
Figura 81 – <i>Look</i> confeccionado 2	147
Figura 82 – <i>Look</i> confeccionado 3	148
Figura 83 – <i>Look</i> confeccionado 4	148
Figura 84 – <i>Look</i> confeccionado 5	149
Figura 85 – <i>Look</i> confeccionado 6	149
Figura 86 – Página Inicial do Site Via Clássica	150
Figura 87 – Segunda página do Site – A Empresa	151
Figura 88 – Terceira página do Site – Conceito da coleção	151
Figura 89 – Quarta página do Site – A Coleção	152
Figura 90 – Quarta página do Site – A Coleção	152
Figura 91 – Quarta página do Site – A Coleção	153
Figura 92 – Quarta página do Site – A Coleção	153
Figura 93 – Quarta página do Site – A Coleção	154
Figura 94 – Quinta página do Site – Contato	154
Figura 95 – Capa do Catálogo – Fundo e frente	155
Figura 96 – Contracapa e primeira folha do Catálogo	156
Figura 97 – Segunda e terceira folha do Catálogo	156
Figura 98 – Quarta e quinta folha do Catálogo	157
Figura 99 – Sexta e sétima folha do Catálogo	157
Figura 100 – Oitava e nona folha do Catálogo	158
Figura 101 – Décima e décima primeira folha do Catálogo	158
Figura 102 – Décima segunda e décima terceira folha do Catálogo	159
Figura 103 – Maquiagem e Cabelo	160
Figura 104 – Imagem do homem mascarado de fantasma para o desfile	161
Figura 105 – Imagem do violino para o desfile	162

Figura 106 – Sequência de entrada para desfile.....163

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Dados coletados na pesquisa de campo – (1ª pergunta)	39
Gráfico 2 – Dados coletados na pesquisa de campo – (2ª pergunta)	40
Gráfico 3 – Dados coletados na pesquisa de campo – (3ª pergunta)	41
Gráfico 4 – Dados coletados na pesquisa de campo – (4ª pergunta)	42
Gráfico 5 – Dados coletados na pesquisa de campo – (5ª pergunta)	43
Gráfico 6 – Dados coletados na pesquisa de campo – (6ª pergunta)	44
Gráfico 7 – Dados coletados na pesquisa de campo – (7ª pergunta)	45
Gráfico 8 – Dados coletados na pesquisa de campo – (8ª pergunta)	46
Gráfico 9 – Dados coletados na pesquisa de campo – (9ª pergunta)	47
Gráfico 10 – Dados coletados na pesquisa de campo – (10ª pergunta)	48
Gráfico 11 – Dados coletados na pesquisa de campo – (11ª pergunta)	49

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Qualidades dos Produtos	25
Quadro 2 – Tipos Físicos Básicos (Sheldon, 1940)	31
Quadro 3 – Tipos Físicos (Grave, 2004)	32
Quadro 4 – Cronograma para cumprimento das etapas do TCC	37
Quadro 5 – Classificação do porte das empresas	51
Quadro 6 – Macrotendências 2015	63
Quadro 7 – Microtendências 2015	64

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	18
1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA.....	18
1.2 OBJETIVOS	19
1.2.1 Objetivo Geral	19
1.2.2 Objetivos Específicos	19
1.3 JUSTIFICATIVA	20
1.4 HIPÓTESE	21
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	23
2.1 ANTROPOMETRIA	23
2.2 ERGONOMIA	24
2.3 ERGONOMIA NO VESTUÁRIO	26
2.4 MODELAGEM.....	27
2.5 MODELAGEM ERGONÔMICA	28
2.6 MATÉRIAS-PRIMAS TÊXTEIS	29
2.7 DIFERENTES TIPOS DE CORPOS	30
2.8 VESTUÁRIOS PARA MÚSICOS.....	33
3 METODOLOGIA.....	35
3.1 TIPO DE PESQUISA.....	35
3.2 INSTRUMENTO PARA COLETA DE DADOS	35
3.3 DELIMITAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO.....	36
3.4 CRONOGRAMA DE TRABALHO.....	37
3.5 ESTRUTURAÇÃO DA PESQUISA	37
3.6 ANÁLISE DOS RESULTADOS	38
4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO	50
4.1 EMPRESA.....	50
4.1.1 Nome da Empresa	50
4.1.2 Porte.....	50
4.1.3 Marca	51
4.1.4 Conceito da Marca	52
4.1.5 Segmento	52
4.1.6 Distribuição.....	53
4.1.7 Concorrentes (Diretos e Indiretos)	53
4.1.8 Sistemas de Vendas.....	54
4.1.9 Pontos de Vendas	54
4.1.10 Preços Praticados	56
4.1.11 Promoção	57
4.1.12 Propaganda e Marketing	57
4.1.13 Planejamento Visual e Embalagem.....	59
4.2 PÚBLICO ALVO	61
4.2.1 Perfil do Consumidor.....	62
4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS	63
4.3.1 Macrotendências (Socioculturais)	63
4.3.2 Microtendências (Estéticas)	63
4.4 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	65
4.4.1 Delimitação Projetual.....	65
4.4.2 Especificações do Projeto	66
4.4.2.1 Conceito da coleção	66

4.4.2.2 Nome da coleção	66
4.4.2.3 Referência da coleção	67
4.4.2.4 Cores.....	71
4.4.2.5 Materiais.....	71
4.4.2.6 Formas e estruturas (<i>shapes</i>)	72
4.4.2.7 Tecnologias	72
4.4.2.8 <i>Mix</i> da coleção	73
4.5 PAINEL SEMÂNTICO	74
4.6 CARTELA DE CORES	75
4.7 CARTELA DE MATERIAIS.....	76
4.8 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: CROQUIS	77
4.9 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS	102
4.10 FICHAS TÉCNICAS DOS LOOKS CONFECCIONADOS	114
4.10.1 FICHAS TÉCNICAS DO LOOK 1	114
4.10.2 FICHAS TÉCNICAS DO LOOK 2.....	117
4.10.3 FICHAS TÉCNICAS DO TOP LOOK 3.....	120
4.10.4 FICHAS TÉCNICAS DO BOTTOM LOOK 3.....	123
4.10.5 FICHAS TÉCNICAS DO TOP LOOK 4.....	126
4.10.6 FICHAS TÉCNICAS DO BOTTOM LOOK 4.....	129
4.10.7 FICHAS TÉCNICAS DO TOP LOOK 5.....	132
4.10.8 FICHAS TÉCNICAS DO BOTTOM LOOK 5.....	135
4.10.9 FICHAS TÉCNICAS DO LOOK 6.....	138
4.11 PRANCHAS VISUAIS DOS LOOKS CONFECCIONADOS	141
4.12 LOOKS CONFECCIONADOS	147
5 DOSSIÊ ELETRÔNICO (SITE)	150
7 PLANEJAMENTO DO DESFILE	160
7.1 MAKE-UP E HAIR.....	160
7.2 STYLLING.....	160
7.3 TRILHA SONORA	162
7.4 SEQUÊNCIA DE ENTRADA PARA DESFILE.....	162
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	164
REFERÊNCIAS.....	165

1 INTRODUÇÃO

A moda pode ser considerada uma área que procura entender os vários aspectos de comportamento e necessidades dos diversos públicos, tendo como foco a busca por produtos que possam satisfazer as pessoas. Essa satisfação pode ser traduzida em relações que vão desde as exigências estéticas e funcionais, e até mesmo simbólicas e emocionais.

Para aqueles que lidam e atuam com as vertentes artísticas, tais como o cinema, o teatro, a dança, além de tantas outras, a preocupação com a imagem é fundamental, sendo colocada pelos profissionais como uma prioridade. Além da boa atuação, o artista também considera a escolha de sua vestimenta como uma complementação para o sucesso do espetáculo.

Apesar disso, o mercado ainda apresenta poucas opções de marcas que se preocupam no desenvolvimento de produtos de moda que sejam direcionados para essas pessoas, em especial para músicos. Em função disso, os profissionais são obrigados a adquirir roupas que muitas vezes acabam comprometendo na manipulação dos instrumentos musicais, prendendo os movimentos e provocando a sensação de desconforto e de insegurança durante as apresentações.

Diante dessa realidade, este trabalho tem como proposta o desenvolvimento de uma coleção de vestuários voltada para músicos – em especial para mulheres violinistas – que incorpore nas roupas valores estéticos e funcionais que atendam as necessidades dessas consumidoras e, ao mesmo tempo, possam também ser usadas em ocasiões do dia-a-dia.

1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Como desenvolver vestuários do segmento feminino para profissionais da área de música – mais especificamente as violinistas – que ofereçam condições de conforto e praticidade para essas usuárias na manipulação do instrumento musical durante as apresentações artísticas e, ao mesmo tempo, contemplem

exigências estéticas que, normalmente, a maioria das mulheres buscam ao adquirir produtos de moda.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Desenvolver uma coleção de vestuário direcionado para mulheres violinistas que atendam as necessidades específicas dessas usuárias durante atuações em público – como apresentações em sinfonias, orquestras, teatros, shows, festas, bailes, etc – utilizando princípios e técnicas de design que agreguem valores a esses produtos e que atendam os anseios estéticos que as mulheres consideram ser importantes nas roupas e, ao mesmo tempo, sejam vestuários que possam ser utilizados também em ocasiões do dia-a-dia.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Fazer revisão de literatura sobre tópicos como ergonomia, modelagem, música e moda, que contribuam na compreensão da temática desse estudo.

- Desenvolver registros por meio de observações diretas junto às instrumentistas durante os ensaios e as apresentações musicais, a fim de identificar os principais aspectos que prejudicam os movimentos das violinistas em virtude das roupas que usam.

- Realizar levantamento de campo para coletar dados junto às usuárias que contribuam nas diretrizes a serem utilizadas no direcionamento mercadológico da empresa e no desenvolvimento da coleção de vestuários da marca.

- Aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo do curso para elaborar experimentações de criação e de modelagem que resultem em roupas que

contemplem as necessidades práticas e estéticas das profissionais da área de música.

1.3 JUSTIFICATIVA

O Brasil é um dos países em desenvolvimento que mais ganha projeção internacional nos últimos anos. Esse reconhecimento se dá em virtude dos grandes avanços que acontecem em diversas áreas, com pesquisas que apresentam caminhos para a descoberta de novas tecnologias que contribuem na melhoria e na qualidade de vida da sociedade.

Esse reconhecimento também acontece no âmbito cultural, com o crescimento da produção artística em diversos setores como televisão, cinema, teatro, artes, dança, além de outros. Dentre essas categorias, uma das que mais se destaca é o campo da música, com a formação de instrumentistas que buscam aperfeiçoamento em escolas específicas (conservatórios musicais) ou em instituições superiores (universidades), que oferecem cursos para diversos segmentos da área.

A inserção desses novos profissionais – sejam eles amadores ou não – para atuação no mercado estabelece uma demanda no que diz respeito aos vestuários que eles usam em suas apresentações em público. A maioria deles – especialmente as mulheres – procura ter cuidado especial no que se refere à produção visual e na escolha das vestimentas que utilizam para desenvolverem suas *performances*.

Por outro lado, o que se observa é que muitos músicos acabam por comprar suas roupas em lojas não-especializadas, tendo em vista a quase inexistência de estabelecimentos que ofereçam vestuários direcionados especificamente para músicos. É possível que essa realidade aconteça, já que poucas empresas do setor de moda se atentem quanto à preocupação em oferecer produtos pensados para atender as necessidades desses usuários.

Percebe-se que as roupas utilizadas pelos instrumentistas normalmente acabam não atendendo as exigências aos quais permitam que os músicos se sintam à vontade no momento em que manipulam os instrumentos

musicais. Fato que comprova essa situação é que, quando eles utilizam roupas mais ajustadas para o delineamento da silhueta, os vestuários acabam prendendo os movimentos de certas partes do corpo, o que prejudica a boa atuação dos músicos nas suas apresentações.

Quando se opta por utilizar roupas mais largas – que possivelmente poderiam contribuir na liberdade dos movimentos – o que se verifica é que esses modelos acabam não privilegiando a produção estética, gerando ainda o desconforto quanto às sobras de tecido dessas peças sobre o corpo.

Atualmente, constata-se um aumento progressivo de pessoas que cada vez mais se interessam pela prática da música, procurando cursos específicos para aperfeiçoar seus conhecimentos. Partindo do princípio de que esse fenômeno acaba gerando uma demanda de mercado que ainda é pouco atendida pelas empresas do setor de moda, o presente estudo justifica-se pelo fato da carência de vestuários direcionados para esse segmento, tendo como propósito a criação de uma marca que se preocupe com as necessidades funcionais e estéticas dos músicos – mais especificamente as mulheres que tocam violino – para que essas pessoas possam encontrar produtos de moda que atendam as suas reais exigências e, que ao mesmo tempo, promovam maior qualidade de desempenho durante a prática musical.

1.4 HIPÓTESE

As pessoas que trabalham no meio artístico consideram fundamental que a sua aparência esteja impecável nas ocasiões em que se é necessário desenvolver suas *performances*. Assim como os atores e atrizes de telenovelas, os artistas do meio musical também prezam pela boa aparência ao selecionar as peças de vestuário que irão utilizar diante do público.

No caso dos músicos instrumentistas, é importante também considerar os aspectos relativos aos cuidados que se deve ter para elaborar roupas que estejam adequadas a essas pessoas e que facilitem a manipulação dos instrumentos. Na maioria das vezes, essas preocupações tomam como base o

estudo de teorias que possam contribuir no estabelecimento de critérios que favoreçam o atendimento das necessidades dos usuários.

Percebe-se que os conhecimentos de design ensinados nas academias vêm contribuindo, consideravelmente, quando aplicados ao longo do processo de desenvolvimento de produtos industriais, em especial àqueles desenvolvidos para o setor de moda. Em muitos casos, a aplicação desses conhecimentos gera novas ideias, que trazem como resultados inovações sob diversos aspectos.

Dentro desse contexto, essa pesquisa toma como pressuposto que a aplicação de conhecimentos e princípios de ergonomia, e modelagem, traga como resultado roupas mais adequadas aos praticantes de música – no caso desse estudo, às mulheres violinistas.

Entende-se por base que essas peças devem não somente atender as exigências práticas durante as apresentações artísticas dessas mulheres, mas acima de tudo, tornem-se vestuários esteticamente atraentes e com informação de moda, que possam também ser utilizados em ocasiões do dia-a-dia.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 ANTROPOMETRIA

A antropometria destina-se à determinação objetiva do desenvolvimento do corpo humano e às relações existentes entre físico e *performance*. Constitui-se como uma área-base para o estudo do homem, uma vez que trata das medidas do corpo humano, dos volumes, das formas, de seus movimentos e articulações, sendo indispensável para a definição das medidas do vestuário. (PETROSKY, 1999 apud SILVEIRA, 2009).

Para obtenção dessas medidas, devem-se estabelecer os seguintes objetivos: definição das medidas necessárias; pontos anatômicos devidamente referenciados; escolha dos métodos de mensuração; seleção das amostras; execução das medidas; e análises estatísticas. Dessa forma, ao se projetar um produto, é preciso definir quem vai usar a roupa, ter uma base de dados antropométricos confiáveis e conhecer previamente as características da forma do corpo, para depois selecionar as medidas que serão usadas. (SILVEIRA, 2008, p. 27).

De acordo com Iida (2005), a indústria moderna tem precisado cada vez mais de medidas antropométricas que sejam detalhadas e confiáveis. Segundo o autor, quanto mais padronizado for o produto, menores serão os seus custos de fabricação.

Por outro lado, é importante lembrar que a padronização excessiva nem sempre se traduz em conforto, segurança e eficiência, quando considerado as particularidades e as características corporais de cada usuário.

No campo da moda, quando a discussão recai sobre os resultados e as diretrizes que as diversas pesquisas sobre antropometria propõem como aplicação de padronização na fabricação de vestuários em nosso país, muitos questionamentos são levantados em relação às medidas antropométricas propostas por esses estudos.

A falta de direcionamento para uma padronização de medidas confiáveis que possam ser utilizadas para a modelagem de vestuários no Brasil, muitas vezes esbarra na grande dificuldade de se estabelecer um padrão que sirva

em toda a extensão do território nacional, em virtude da grande miscigenação de pessoas presentes no nosso país.

Segundo Castilho e Martins (2005), o corpo é constituído por configurações biomorfológicas e sofrem alterações pelas diversas possibilidades combinatórias das características étnicas e genéticas que lhe conferem particularidades em relação à sua própria constituição e construção biomorfológica.

O projeto do vestuário deve, portanto, ser focado no usuário, tendo como referência suas medidas antropométricas, para o traçado geométrico das bases que representam o corpo, sobre as quais se desenvolve a modelagem. (SILVEIRA 2006 apud SILVEIRA, 2008).

Na visão de Silveira (2008, p. 27), o uso indiscriminado de tabelas de medidas pré-estabelecidas e que são implantadas no mercado, acabam inviabilizando muitos projetos devido à inadequação dessas mesmas medidas junto ao público alvo.

Dessa maneira, é fundamental e necessário considerar as particularidades de todos os biotipos humanos, a fim de se estabelecer parâmetros e variáveis antropométricas que possam ser aplicadas nos diversos tipos de corpos existentes no Brasil.

2.2 ERGONOMIA

O termo “ergonomia” tem origem da junção das palavras gregas *ergon* (trabalho) e *nomos* (regras). Outra terminologia utilizada para esse termo é a expressão “*human factors*”, bastante difundida nos Estados Unidos.

Ergonomia (ou fatores humanos) é uma disciplina científica que estuda as interações dos homens com outros elementos do sistema, fazendo aplicações da teoria, princípios e métodos de projeto, com o objetivo de melhorar o bem-estar humano e o desempenho global do sistema. (DUL E WEERDMEEESTER, 2004, p. 2).

A ergonomia permite aprofundar os estudos tanto para o bem estar entre as pessoas quanto aos produtos .

Na definição adotada pela ABERGO – Associação Brasileira de Ergonomia:

Entende-se por ergonomia o estudo das interações das pessoas com a tecnologia, a organização e o ambiente, objetivando intervenções e projetos que visem a melhorar, de forma integrada e não-dissociada, a segurança, o conforto, o bem-estar e a eficácia das atividades humanas. (ABERGO, 2011).

De acordo com Dul e Weerdmeester (2004, p. 2), a ergonomia baseia-se em conhecimentos de outras áreas científicas, sendo a antropometria uma delas. Conforme os autores, “a ergonomia difere de outras áreas do conhecimento pelo seu caráter interdisciplinar e pela sua natureza aplicada”. Dessa maneira, uma das características principais da ergonomia é que ela se apóia em diversas áreas do conhecimento humano.

A ergonomia considera que todos os produtos, não importando o seu tamanho e complexidade, destinam-se a satisfazer certas necessidades humanas e, desta maneira, direta ou indiretamente, entram em contato com o homem. Para que os produtos desenvolvidos funcionem bem na sua interação com os usuários ou consumidores, eles devem apresentar as seguintes características básicas:

Quadro 1 – Qualidades dos Produtos

Características	Descrição
Qualidades Técnicas	Referem-se ao funcionamento e eficácia na execução das funções, facilidade de manutenção/limpeza e manuseio.
Qualidades Ergonômicas	Incluem a compatibilidade de movimentos, a adaptação antropométrica, o fornecimento claro de informações, o conforto e a segurança oferecidos.
Qualidades Estéticas	Envolvem a combinação de formas, cores, materiais e texturas, para que o produto apresente um visual agradável.

Fonte: Adaptado de Lida (2005).

Conforme se observa o quadro anterior, na “qualidade técnica” considera-se a eficiência com que o produto executa a função, enquanto que, na “qualidade ergonômica”, avaliam-se os itens de conforto e segurança, facilidades de manuseio, adaptação antropométrica, compatibilidades de movimentos entre outros.

Já a “qualidade estética” proporciona a combinação de formas, cores, materiais, texturas, acabamentos e movimentos, contribuindo assim, para uma visão agradável e atraente do produto.

A interação entre estas três características de qualidade ocorre genericamente, porém a intensidade é por vezes relativa (IIDA, 2005). Sendo assim, a partir de uma abordagem ergonômica é simples compreender que o produto deve ser adequado ao consumidor.

Segundo Lida (2005), do ponto de vista ergonômico, o desenvolvimento de produtos destina-se a facilitar a execução de determinadas funções e certas necessidades humanas, envolvendo em sua combinação qualidades técnicas, ergonômicas e estéticas, sempre considerando a eficiência com que o produto executa a função, o conforto, as facilidades e a adaptação antropométrica.

Além disso, a seleção e a escolha de outros elementos como formas, cores, materiais, texturas, acabamentos e movimentos, também podem gerar visão agradável ao produto, o que contribui para o caráter ergonômico sob o aspecto emocional.

2.3 ERGONOMIA NO VESTUÁRIO

De acordo com Gomes Filho (2010), o designer deve articular de modo criativo os conceitos ergonômicos básicos para conceber um objeto, atendendo os requisitos como a praticidade, o conforto, a segurança e os estereótipos populares.

Segundo Castilho (2005), é necessário refletir sobre questões que se determinam a problemática do uso na adequação do corpo. Dessa maneira, para produzir um produto ergonômico é necessário um estudo sobre a necessidade do usuário, para atender não só requisitos estéticos como também os práticos.

Merino (2005) considera que os produtos ergonomicamente projetados devem objetivar o uso por pessoas dos mais diferentes níveis culturais, idades, capacidade físicas e mentais, tamanhos de corpo (nº/36, 38, 40, 42, etc.), força física, habilidades e linguística.

Para que seja possível a obtenção de um bom resultado na construção de uma peça de vestuário, Grave (2004) considera que a modelagem deve priorizar

a patologia e respeitar as necessidades e particularidades do usuário, oferecendo conforto e bem-estar no vestir.

Com respeito ao vestuário ergonômico, é necessário que se desenvolvam vestuários específicos, que haja uma conscientização do profissional da moda sobre o fato de o poder do vestuário estar além da qualidade do produto, indo do conforto à estética. É preciso que se estabeleça também um canal de comunicação e relacionamento entre os profissionais da área ampliando-se, dessa forma, os conceitos. É sabido que o vestuário envolve-se tanto com a saúde mental como física e pode vir a propiciar, sanar ou ainda alimentar toda essa problemática. (GRAVE, 2010, p. 22).

2.4 MODELAGEM

A história da modelagem do vestuário acompanhou a evolução da indumentária das diferentes culturas e a evolução da própria moda indicando a existência de grandes diferenças nos valores, costumes e anatomia dos povos dos séculos passados e atuais. (SABRA, 2010).

Segundo Treptow (2003, p. 154), “a modelagem está para o design de moda, assim como a engenharia está para a arquitetura”. Considerada como uma das etapas mais importantes dentro da confecção de vestuário, a modelagem pode ser subdividida em 3 (três) categorias, denominadas como “modelagem plana”, “modelagem tridimensional” (*drapping* ou *moulage*) e “modelagem computadorizada” (CAD/CAM). Cada técnica utiliza metodologias diferentes para a construção do modelo, contudo todas elas têm como ponto comum considerar sempre as medidas relacionadas ao corpo humano.

De acordo com Heirich (2007), na técnica de modelagem plana, os modelos são traçados no papel de acordo com os princípios de geometria. Essa técnica é utilizada para construir, em segunda dimensão, algo que será usado sobre o corpo humano – em tecido ou similar – de forma tridimensional.

Já a modelagem tridimensional – *moulage* ou *drapping* – utiliza como suporte um manequim industrial acolchoado, com medidas próximas ao biotipo mediano feminino, masculino ou infantil. Nessa técnica a modelagem é feita sobre o manequim de prova, testando o caimento do tecido e realizando os ajustes

diretamente sobre as curvas do corpo de forma prática e rápida. Segundo Sabrá (2010), uma das principais vantagens atribuídas para essa técnica é a grande liberdade que se tem para a criação dos modelos.

No caso da modelagem computadorizada, ela costuma ser realizada pelo sistema CAD/CAM, com softwares especialmente desenvolvidos para essa finalidade. Segundo Heirich (2007), esses softwares são constituídos de ferramentas específicas e de precisão, destinadas para a confecção de moldes, realização de gradação e configuração de encaixe.

2.5 MODELAGEM ERGONÔMICA

A modelagem, para a indústria do vestuário, é uma das etapas do processo produtivo. Para o desenvolvimento da modelagem, inicialmente deve-se conhecer o corpo que irá vesti-la.

O estudo da modelagem envolve, antes de técnicas e métodos de aplicação específicos, uma observação e compreensão do funcionamento do corpo humano, suas bases anatômicas e biomecânicas e como se dá o cumprimento de suas funções através do movimento de músculos e articulações. (HEINRICH, 2005, p. 17).

Grave (2004) ainda afirma que para a obtenção de um bom resultado, a modelagem deve respeitar a anatomia e as particularidades do corpo humano, integrando estética, funcionalidade e qualidade ao produto, oferecendo conforto e bem-estar no vestir. Esse conceito é denominado pela autora como modelagem ergonômica.

A modelagem ergonômica é a junção de diversos conhecimentos que viabiliza facilidades, combina teorias com tecnologias e oferece um detalhamento eficiente e mais preciso para o desenvolvimento de produtos.

Segundo Grave (2004), no desenvolvimento da modelagem ergonômica é importante integrar a patologia como uma prioridade, assim como as particularidades da seqüela. Para a autora, interpretar um corpo com deficiências físicas significa examinar e dar proximidade entre a diferença e a normalidade, resultando em soluções saudáveis ao físico e ao psicológico.

Respeitando a natureza e tornando as deficiências físicas classificatórias, é possível aproximá-las da naturalidade do vestir, ou seja, o desafio é vestir dignamente todos os corpos, acrescentando à moda uma linguagem simples, dentro da modelagem ergonômica. (GRAVE, 2004).

Mallin (2004) afirma que o respeito à diversidade e a inclusão do diferente com a moda e com o mundo, são o que contribui para uma modificação mais profunda na sociedade, em que se pode aprender a realizar pequenas e grandes transformações através das diversas possibilidades de intervenção do design, desde a compreensão dos determinantes de sua problematização, até a fase de geração de alternativas.

Modelar um produto de vestuário ignorando as questões de usabilidade, assim como as necessidades físicas e fisiológicas e a relação usuário/produto, caracteriza no desenvolvimento de um produto desprovido de pesquisa e condenado ao fracasso.

Dessa forma, a modelagem deve ser concebida tendo como preocupação os aspectos ergonômicos do produto, para que a roupa possa oferecer sensações de conforto e bem-estar aos usuários. Além disso, uma modelagem bem elaborada também leva em consideração as características e as limitações das matérias-primas têxteis, levando em conta os aspectos de caimento e vestibilidade desses materiais para tornar os vestuários adaptáveis ao corpo.

2.6 MATÉRIAS-PRIMAS TÊXTEIS

Da simples tarefa de proteger o corpo até as solicitações relacionadas com o conforto, aparência, toque, preferências ou interesses, ao longo dos tempos, os artigos têxteis, têm sido desenvolvidos para atender as funções relacionadas com certas necessidades básicas do homem.

Segundo Souza (2006), “a vestimenta é o primeiro *habitat* do corpo, uma segunda pele e como tal, exerce influência direta na qualidade e no modo de vida do usuário”.

Se, num primeiro momento, a decoração corpórea valia-se dos procedimentos efetuados diretamente sobre a própria pele, num segundo momento, é o tecido, como segunda pele, que reveste e recobre a primeira. (CASTILHO, 2004, p. 59).

A utilização de tecidos adequados para o desenvolvimento do produto faz com que a roupa funcione como agente facilitador, protetor, confortador e somando-se ao corpo deve respeitar a anatomia flexível do usuário. Quanto mais se respeita as particularidades e características, mais qualidades e dinamismo são agregados ao produto final. (GRAVE, 2004).

Dessa maneira, é fundamental que o profissional da área de moda selecione durante a escolha das matérias-primas, tecidos que sejam apropriados para a confecção de vestuários e que, ao mesmo tempo, contemplem as exigências e as necessidades de funcionalidade e de estética dos usuários.

2.7 DIFERENTES TIPOS DE CORPOS

Considerar os aspectos e as características de conformação do corpo humano no processo de desenvolvimento de produtos é fundamental para o profissional da área de design de moda. O corpo sofre transformações ao longo da vida até chegar à fase do envelhecimento. Segundo Lida (2005, p. 100), “as dimensões lineares começam a decair e outras medidas, como o peso e a circunferência dos ossos podem aumentar”.

No que diz respeito a esse assunto, William Sheldon desenvolveu no ano de 1940 uma importante pesquisa nos Estados Unidos, que resultou na classificação do corpo humano em 3 (três) tipos físicos básicos, difundidos até hoje nos estudos científicos da área. Esses tipos receberam as denominações de “ectomorfo”, “mesomorfo” e “endomorfo” (Figura 1).

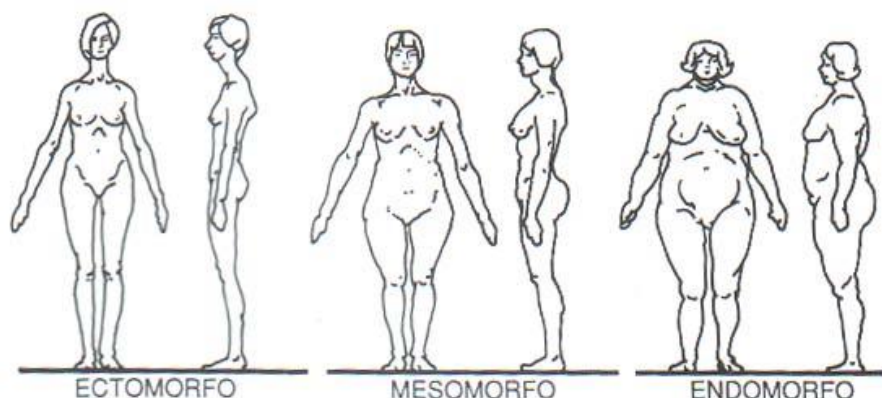


Figura 1 – Os três tipos básicos do corpo humano (Sheldon, 1940)
 Fonte: Iida (2005, p. 104).




Quadro 2 – Tipos Físicos Básicos (Sheldon, 1940)

Tipo Físico	Descrição
Ectomorfo	Corpo e membros longos e finos, com um mínimo de gorduras e músculos. Os ombros são largos, mas caídos. O pescoço é fino e comprido, o rosto é magro, queixo recuado e testa alta, tórax e abdômen estreitos e finos.
Mesomorfo	Tipo musculoso, de formas angulosas. Apresenta cabeça cúbica, maciça, ombros e peitos largos e abdômen pequeno. Os membros são musculosos e fortes. Possui pouca gordura subcutânea.
Endomorfo	Tipo de formas arredondadas e macias, com grandes depósitos de gorduras. Em sua forma extrema, tem a característica de uma pêra (estreita em cima e larga embaixo). O abdômen é grande e cheio e o tórax parece ser relativamente pequeno. Braços e pernas são curtos e flácidos. Os ombros e a cabeça são arredondados. Os ossos são pequenos. O corpo tem baixa densidade, podendo flutuar na água. A pele é macia.

Fonte: Iida (2005, p. 102).

De acordo com Grave (2004, p. 34), os tipos físicos também podem ser classificados por meio de “grupos raciais”, que se diferenciam conforme o agrupamento, ou seja, “branco”, “negro”, “amarelo” e “mestiço”. A formação do biotipo consiste nos caracteres hereditários que definem esses grupos pela interação. De acordo com a autora, esses grupos podem ser subdivididos em três tipos:

Quadro 3 – Tipos Físicos (Grave, 2004)

Tipo	Imagem	Descrição
Longilíneo		Apresenta tórax alongado. Muito alto, com membros longos, com predominância do eixo sobre os demais.
Brevilíneo		Membros curtos em relação ao tórax, que apresenta grande diâmetro. Baixo, com o pescoço curto. Apresenta predominância do eixo transversal, ressaltando a largura.
Médio		Membros e tórax dentro da normalidade. Próximo da harmonia, entre verticalidade e horizontalidade.

Fonte: Grave (2004, p. 35 e 36).

Segundo Martins (1972, p. 15), corpos são como folhas e como não existe uma folha igual a outra, também não existe um corpo igual ao outro. Além disso, os “defeitos físicos” presentes em alguns corpos exigem do profissional de moda conhecimentos técnicos que subsidiem o seu trabalho com a alfaiataria, no sentido de cortar roupas para esses diferentes tipos de pessoas.

Martins (1972) apresenta exemplos sobre essa questão, com ilustrações que configuram casos de diferentes corpos (Figura 2). Embora as ilustrações representem o corpo masculino, as alterações para o corpo feminino são mínimas em relação aos aspectos e detalhes que poderiam sofrer mudanças.

Esses aspectos e detalhes seriam o aumento ou diminuição do quadril e busto ou a altura das pessoas. Apesar disso, a observação tomando apenas como base as ilustrações apresentadas na obra, permite ao designer entender, claramente, as particularidades presentes nos diversos tipos de corpos e que, por ventura, possam dificultar a elaboração dos moldes das roupas em virtude das diferenças físicas dos corpos de cada indivíduo.



Figura 2 – Conformações físicas de diferentes corpos
Fonte: Martins (1972, p. 314 a 333).

2.8 VESTUÁRIOS PARA MÚSICOS

lida (2005) relata que uma boa postura é importante para a realização do trabalho sem desconforto e *stress*. No contexto desse estudo, pode-se entender como trabalho a forma como os músicos executam seus movimentos corporais durante a manipulação dos instrumentos.

De acordo com Grave (2004), aspectos como a função e a região em que a peça do vestuário se destina e ao tipo de atividade que essa região será exposta, devem se tornar parte do estudo para a confecção. Ao respeitar esses fatores, o vestuário contribui para o desempenho e a boa *performance* do artista.

Quando os componentes de uma orquestra se apresentam, a postura do corpo não somente é indispensável para o bem-estar físico, mas também para transmitir uma boa imagem para os expectadores que assistem ao espetáculo.

No meio artístico, a maioria dos atores e atrizes presentes nas mídias possui um cuidado e um zelo especial quanto à imagem e à aparência do corpo. Isso não é diferente quando o mesmo cuidado estético recai sobre os artistas da área musical.

Um dos bons exemplos que demonstram essa preocupação com a aparência pelos músicos clássicos e eruditos pode ser visto na escolha das roupas feitas pelas instrumentistas do quarteto Bond e pela violinista Vanessa Mae, que adotam peças elegantes e sofisticadas nas suas apresentações artísticas (Figura 3).



Figura 3 – Bond e Vanessa Mae
Fonte: Sites A Memória da Criatividade... e Facilísimo (2014).

Segundo Romeiro Filho e Naveiro (2010), não basta que o produto seja adequado a seu público alvo, mas também que ele chame a atenção de outras pessoas que – direta ou indiretamente – são influenciadas a comprar esses produtos para suprir as suas necessidades e os seus anseios de consumo.

De certa maneira, os artistas presentes nas mídias acabam propondo tendências durante as suas aparições em público. Essas tendências são absorvidas pela moda no desenvolvimento de produtos direcionados para as pessoas que apreciam esses artistas. Como resultado, há um crescimento no comportamento de consumo por parte dessas pessoas, gerando a potencialização de segmentos de mercado ainda pouco atendidos pelas empresas, como por exemplo, o segmento de vestuários para músicos.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

O presente trabalho trata-se de uma pesquisa com abordagem qualitativa, tendo como base o raciocínio indutivo e de caráter exploratório. Segundo Sampieri et. al (2013, p. 376), “o foco da pesquisa qualitativa é compreender e aprofundar os fenômenos, que são explorados a partir da perspectiva dos participantes em um ambiente natural e em relação ao contexto”.

No que se refere ao caráter exploratório desse estudo, Gil (2010, p. 41) considera que a pesquisa exploratória proporciona “maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses”. Esse tipo de pesquisa costuma buscar o aprimoramento de ideias, tendo um planejamento bastante flexível, de modo que possibilite considerar os variados aspectos do fenômeno estudado.

Severino (2007, p. 123) ainda ressalta que a pesquisa exploratória possui uma sistemática que levanta informações sobre o objeto escolhido, delimitando seu campo de trabalho e mapeando suas condições e suas características de manifestação.

Na maioria das vezes, as pesquisas exploratórias podem envolver levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado ou a análise de exemplos que estimulem a compreensão do fenômeno.

3.2 INSTRUMENTO PARA COLETA DE DADOS

A entrevista constitui-se de um instrumento de coleta de dados em que o pesquisador levanta informações referentes ao objeto de estudo. Sua aplicação se dá por meio de um roteiro de perguntas previamente estabelecido e coleta dados que, posteriormente, possam contribuir na elaboração de um outro instrumento de coleta de dados mais direcionado.

A entrevista é um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional. É um procedimento utilizado na investigação social, para a coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social. (LAKATOS, 2010).

Em uma primeira etapa foi aplicada uma entrevista informal junto a 5 (cinco) pessoas atuantes na área musical, que teve por objetivo conhecer melhor as particularidades e as características quanto ao comportamento e ao consumo de roupas utilizadas durante as apresentações artísticas, e sob quais aspectos esses produtos atendem – de forma completa ou não – as necessidades das usuárias.

Após essa investigação e com base nos dados coletados, a segunda etapa se constituiu na elaboração de um questionário mais direcionado com 11 (onze) perguntas de múltipla escolha, com linguagem simples e objetiva. Conforme Gil (2010, p. 128), o questionário é uma técnica de investigação em que são apresentadas perguntas aos participantes com o objetivo de levantar o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas e situações vivenciadas, além de outras informações.

O questionário de múltipla escolha foi aplicado tendo como propósito a identificação de aspectos que pudessem ser utilizados na estruturação do direcionamento mercadológico e no desenvolvimento da coleção para a marca criada nessa pesquisa.

3.3 DELIMITAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

O objeto de estudo foi delimitado em um grupo de 15 mulheres praticantes de música, cujo instrumento musical manipulado é o violino. Essas mulheres encontram-se na faixa etária entre 23 e 28 anos e são pertencentes à classe média.

Algumas delas participam de orquestras formadas em congregações religiosas, sendo a maioria delas igrejas evangélicas. As demais são estudantes de música ou pessoas que atuam – de forma amadora ou profissional – dentro da área, tocando em eventos como bailes, shows, formaturas, festas e casamentos.

As mulheres que se prontificaram a participar da investigação residem na região norte do Estado do Paraná, mais especificamente nas cidades de Apucarana, Arapongas e Londrina.

3.4 CRONOGRAMA DE TRABALHO

Quadro 4 – Cronograma para cumprimento das etapas do TCC

Etapas	2014					
	Março	Abril	Maió	Junho	Julho	Agosto
Redefinição do projeto	X					
Fundamentação teórica	X	X				
Metodologia		X				
Pesquisa de campo			X			
Análise dos dados			X			
Direcionamento mercadológico			X			
Desenvolvimento do projeto			X	X		
Confecção do protótipo para pré-banca			X			
Entrega da monografia para pré-banca			X			
Apresentação para pré-banca				X		
Correções após pré-banca				X		
Finalização do projeto e da coleção				X	X	
Planejamento do desfile					X	
Entrega da monografia para banca final					X	
Confecção dos 6 <i>looks</i> para desfile				X	X	
Apresentação para banca final					X	
Correções após banca final						X
Entrega da versão final da monografia						X

Fonte: Do autor (2014).

3.5 ESTRUTURAÇÃO DA PESQUISA

Sob a estrutura da base do raciocínio indutivo, o desenvolvimento desse estudo foi organizado conforme o seguinte roteiro:

1ª fase – pesquisa bibliográfica: com a revisão de literatura em livros, artigos, periódicos, sites e outros materiais de referência para levantar informações sobre o tema escolhido.

2ª fase – pesquisa de campo: com a aplicação de entrevista estruturada e questionário de múltipla escolha junto às mulheres instrumentistas para coletar dados pertinentes para o direcionamento mercadológico e o desenvolvimento do projeto de coleção.

3ª fase – pesquisa experimental: com a elaboração de estudos experimentais de modelagem, aplicando-se conhecimentos relativos à ergonomia, tendo como propósito a materialização de peças que atendessem as necessidades práticas e estéticas das mulheres consumidoras.

4ª fase – pesquisa documental: com a descrição dos fundamentos teóricos e metodológicos e dos procedimentos de criação, desenvolvimento e materialização das peças de vestuário da coleção desse estudo, registrados por meio de trabalho monográfico.

3.6 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os resultados da coleta de dados do levantamento de campo foram organizados por meio de gráficos – visualmente apresentados em colunas – que demonstram os percentuais das intenções de respostas concedidas pelas participantes da investigação.

Esses gráficos são apresentados seguidos de um texto com breve análise dos resultados, considerando como essas informações podem contribuir nos aspectos referentes ao direcionamento mercadológico e ao desenvolvimento do projeto da coleção.

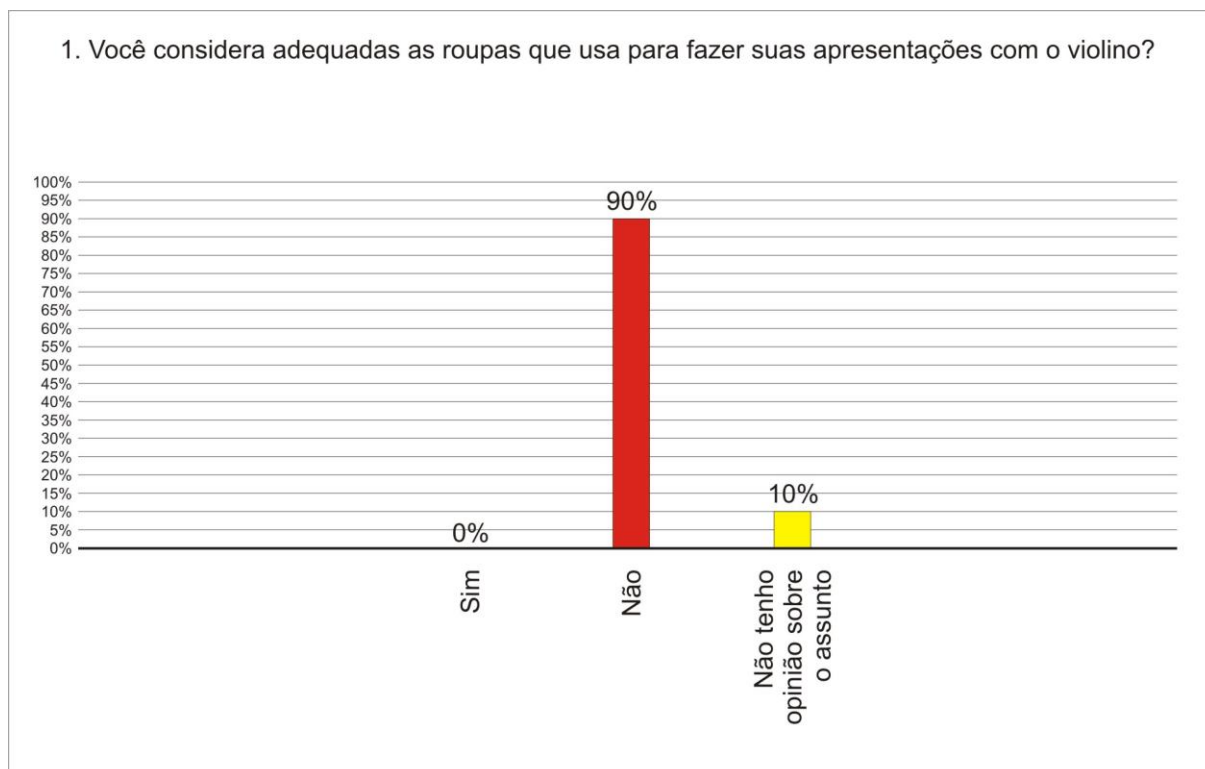


Gráfico 1 – Dados coletados na pesquisa de campo – (1ª pergunta)

Fonte: Do autor (2014).

Análise da 1ª pergunta: De acordo com os dados apresentados no gráfico 1, observa-se que a grande maioria das participantes encontra dificuldade na adequação das roupas que geralmente costumam usar ao tocar o violino. 90% das mulheres revelaram que as roupas utilizadas ainda não são ideais para as suas necessidades durante as apresentações. Esse fato indica que a falta de oferta de vestuários próprios para músicos requer uma demanda e uma preocupação no que diz respeito ao desenvolvimento de vestuários que sejam direcionados para esse público por parte dos profissionais de moda que atuam no mercado.

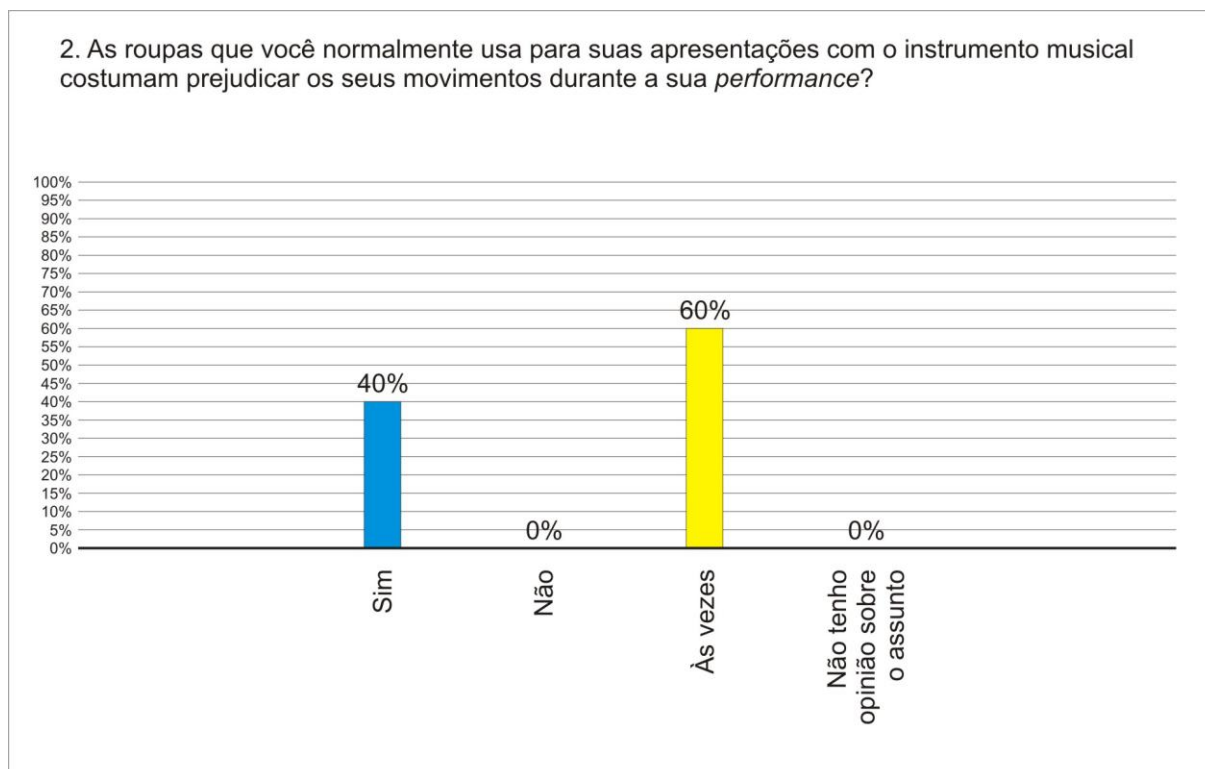


Gráfico 2 – Dados coletados na pesquisa de campo – (2ª pergunta)

Fonte: Do autor (2014).

Análise da 2ª pergunta: Boa parte das mulheres admitiu que as roupas que utilizam acabam prejudicando a sua *performance* durante as apresentações em público. 40% delas apontaram positivamente que as roupas que usam em nada contribuem no seu desempenho, enquanto que outra parcela de 60% informou que às vezes os vestuários costumam interferir nos movimentos do corpo. Esses dados reforçam a ideia anterior levantada na primeira pergunta do questionário, que identificou a carência de produtos que sejam especificamente pensados e desenvolvidos para praticantes de música.

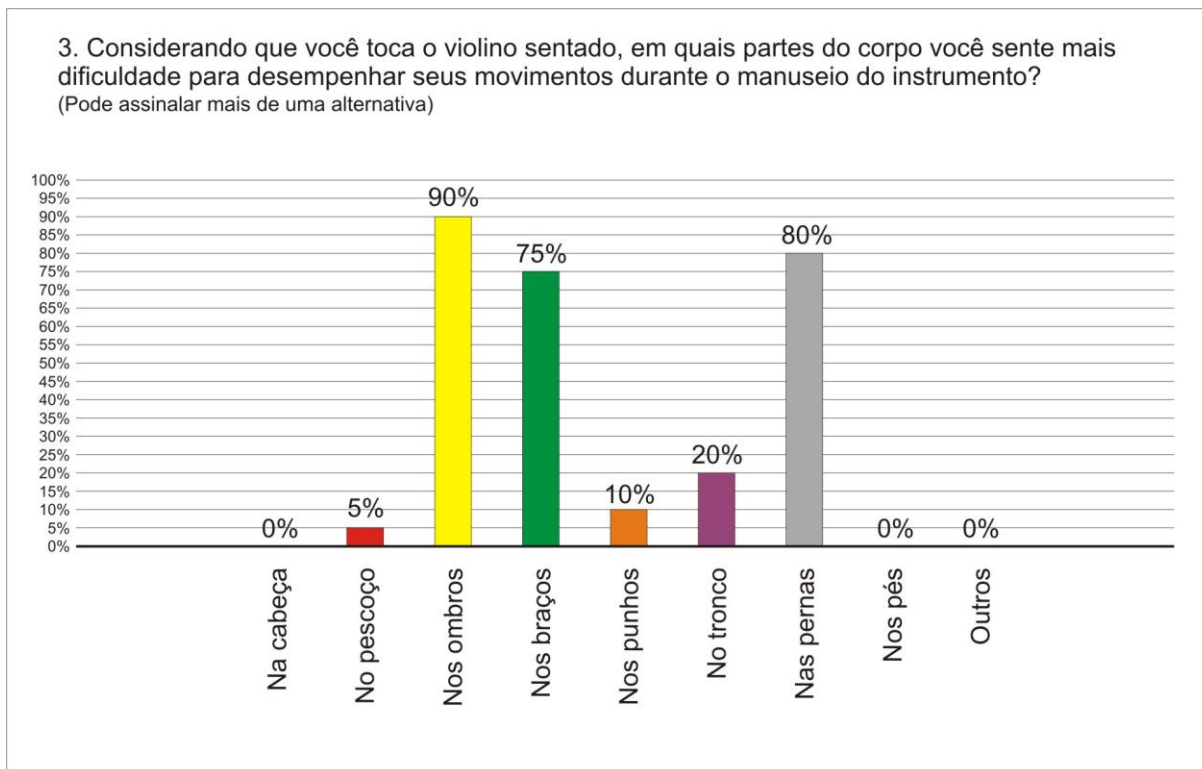


Gráfico 3 – Dados coletados na pesquisa de campo – (3ª pergunta)

Fonte: Do autor (2014).

Análise da 3ª pergunta: Um dos propósitos da terceira pergunta do questionário era identificar em quais partes do corpo as violinistas encontravam maior dificuldade para desenvolver sua mobilidade no momento da manipulação do instrumento musical. Para tanto, foi permitido às participantes poder assinalar mais de uma alternativa como resposta. Conforme as informações apresentadas no gráfico 3, ombros (90%), pernas (80%) e braços (75%) apareceram como as regiões mais afetadas e de maior dificuldade de movimentação para essas mulheres. Em função disso, os aspectos ergonômicos que possam trazer uma melhoria para essas usuárias serão focados nessas três principais áreas de mobilidade do corpo já nas primeiras fases de concepção e criação dos modelos, tendo como intuito a materialização de produtos que possam oferecer melhores condições de funcionalidade e que privilegiem as exigências de conforto das instrumentistas.

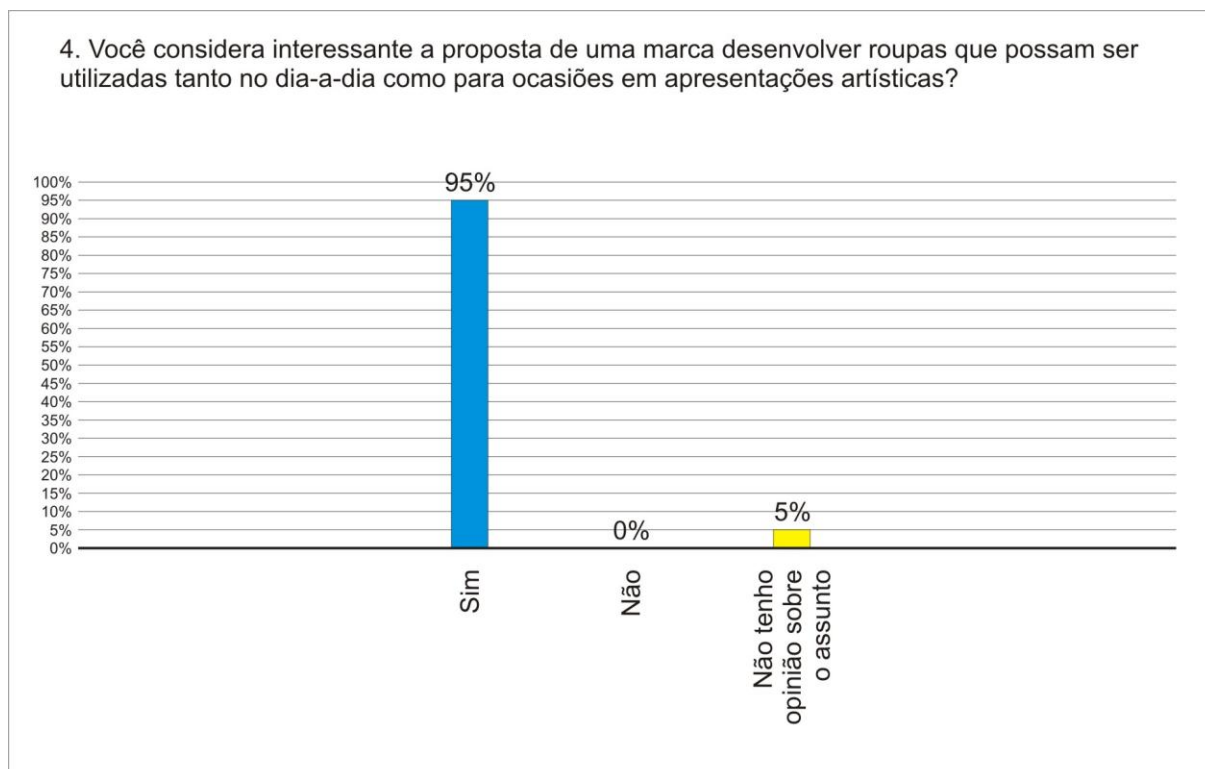


Gráfico 4 – Dados coletados na pesquisa de campo – (4ª pergunta)

Fonte: Do autor (2014).

Análise da 4ª pergunta: Anteriormente à etapa de aplicação do questionário de múltipla escolha para as 15 (quinze) participantes dessa investigação, foi realizada uma entrevista estruturada com 5 (cinco) violinistas para verificar se as mesmas tinham o interesse em adquirir roupas que fossem especificamente produzidas para serem utilizadas apenas em apresentações artísticas. Durante essa entrevista, todas elas responderam que apesar do cuidado que as praticantes de música têm com o seu visual artístico ao se apresentarem em público, a ideia de investir em roupas que pudessem ser usadas apenas para essas ocasiões acabava não sendo muito bem vista por elas. Em virtude disso, foi questionado às participantes se elas achariam interessante a existência de uma marca no mercado que oferecesse vestuários que contemplassem tanto suas necessidades específicas como instrumentistas e que, ao mesmo tempo, pudessem ser utilizadas para o dia-a-dia. A maioria das mulheres (95%) apontou interesse quanto à existência dessa marca, demonstrando boa aceitação para a compra dos produtos que, por ventura, fossem comercializados por essa empresa.

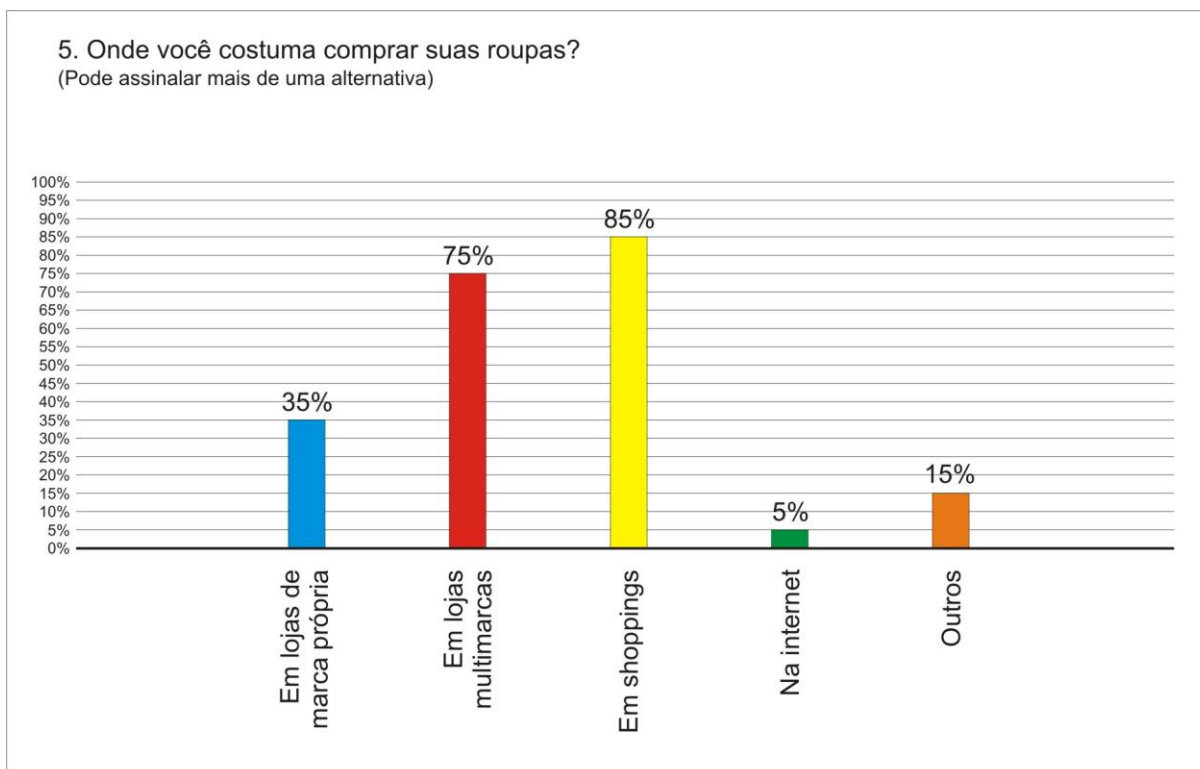


Gráfico 5 – Dados coletados na pesquisa de campo – (5ª pergunta)
Fonte: Do autor (2014).

Análise da 5ª pergunta: O comportamento de compra das participantes dessa investigação indicou como hábito de consumo a preferência das instrumentistas em realizar suas compras em lojas e estabelecimentos físicos. Shoppings centers (85%), lojas multimarcas (75%) e lojas de marca própria (35%) foram apontados como os locais mais frequentados pelas mulheres para adquirir roupas. Em função disso, a empresa adotará como estratégia de mercado a abertura de uma loja de marca própria, que será instalada dentro de um shopping em cidade da região norte do Paraná. Além disso, a marca também fará parcerias com lojas multimarcas espalhadas em todo território nacional, oferecendo os seus produtos para a venda nesses estabelecimentos. Apesar dos dados do gráfico 5 demonstrarem que as vendas por *internet* não costumam ser hábito muito comum entre as participantes, a marca também irá trabalhar com o sistema eletrônico de vendas *online*, considerando o baixo custo de implantação e a tendência para esse tipo de comércio em todos os setores.

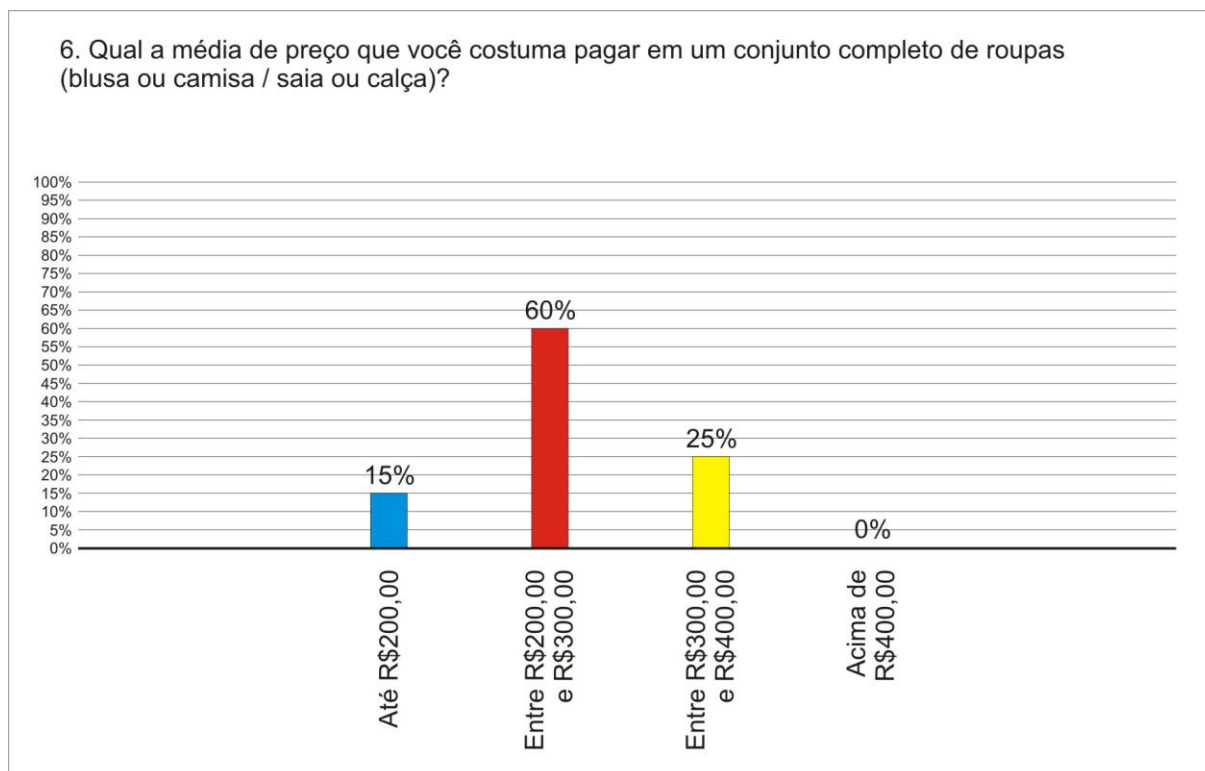


Gráfico 6 – Dados coletados na pesquisa de campo – (6ª pergunta)

Fonte: Do autor (2014).

Análise da 6ª pergunta: A maioria das mulheres (60%) revelou que estaria disposta a pagar valores entre R\$200,00 e R\$300,00 por um conjunto completo de roupas (*top* e *bottom*). O segundo maior índice apresentado no gráfico 6 também indicou que 25% das participantes pagariam valores entre R\$300,00 e R\$400,00 em um conjunto completo de vestuário. Esses dados apresentam indicativos quanto às margens de preços que devem ser praticadas pela marca dentro do mercado, para manter competitividade junto aos eventuais concorrentes.

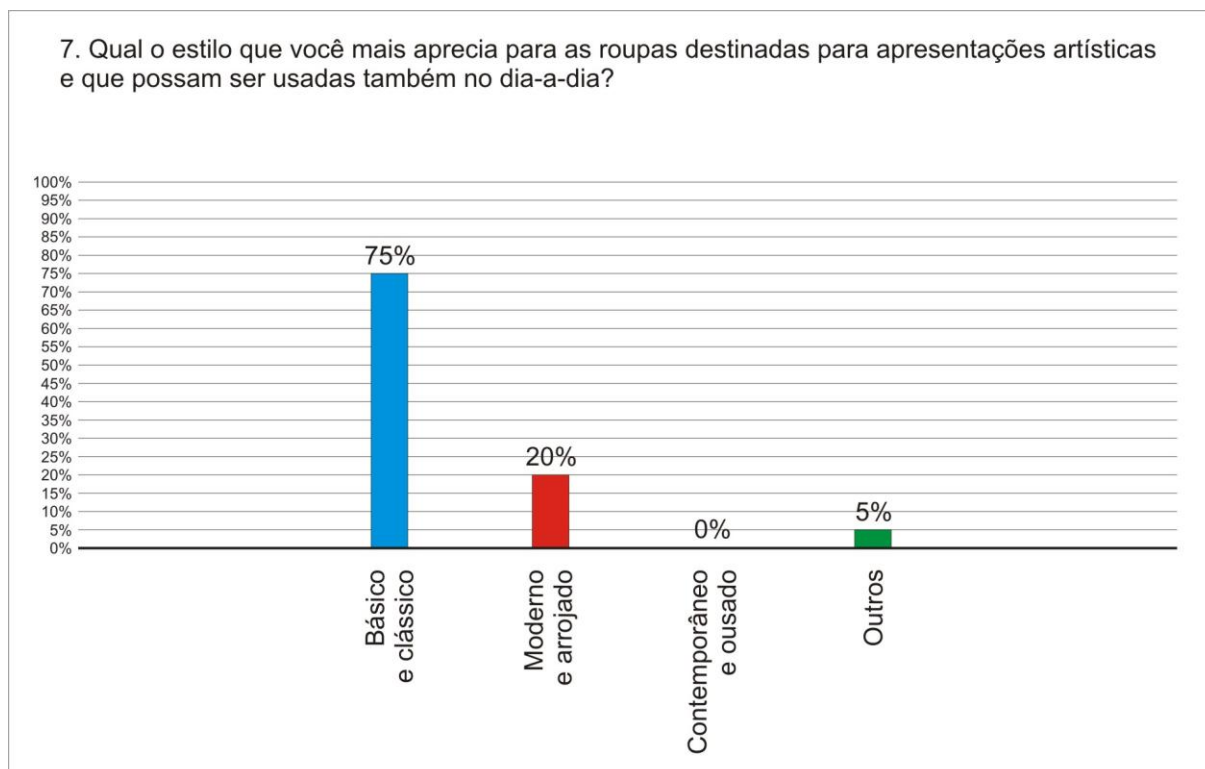


Gráfico 7 – Dados coletados na pesquisa de campo – (7ª pergunta)
Fonte: Do autor (2014).

Análise da 7ª pergunta: Conforme os resultados apresentados no gráfico 7, o estilo básico e clássico foi apontado como o preferido pelas mulheres quando a questão requer escolher um estilo que seja flexibilizado tanto nas apresentações musicais quanto nos momentos do dia-a-dia. Dessa maneira, a marca irá incorporar como conceito o estilo básico e clássico em grande parte das peças da coleção a ser desenvolvida nesse estudo. Por outro lado, alguns modelos serão elaborados sob uma ótica moderna e arrojada, em virtude de que 20% das entrevistadas considerou que esse estilo também pode ser utilizado para ambas as situações, ou seja, tanto para ocasiões artísticas como no dia-a-dia.

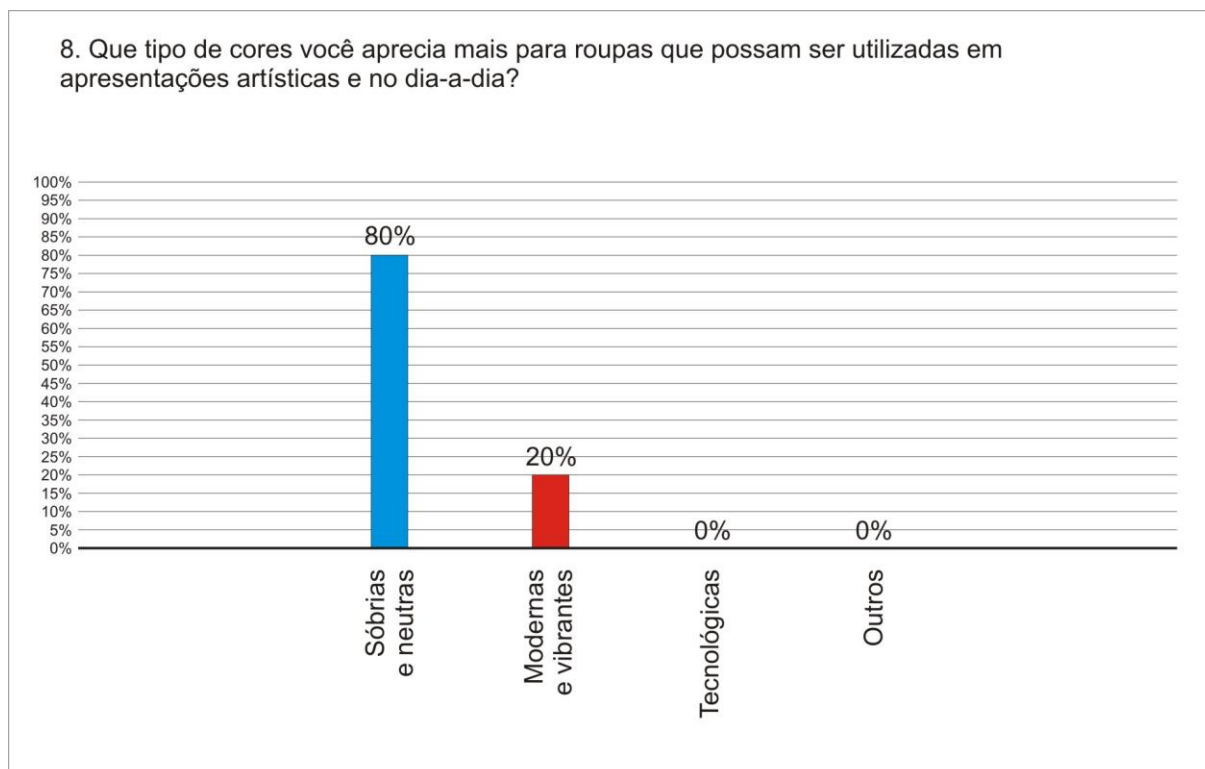


Gráfico 8 – Dados coletados na pesquisa de campo – (8ª pergunta)
Fonte: Do autor (2014).

Análise da 8ª pergunta: Considerando o resultado da escolha do estilo básico e clássico pelas participantes na pergunta anterior, o gráfico 8 apresenta como consequência a preferência das mulheres pelas cores sóbrias e neutras nas peças de vestuário. 80% delas indicaram os tons pastéis e suas variantes como os mais adequados para os modelos, enquanto que 20% das instrumentistas se arriscaram em optar pelas cores modernas e vibrantes, admitindo que elas também podem estar presentes nas roupas. Baseado nesses dados, as cores que serão adotadas nos vestuários da coleção tomarão como base essas diretrizes e esses parâmetros no momento de se estabelecer a escolha das macro e microtendências que serão utilizadas durante a criação dos modelos.

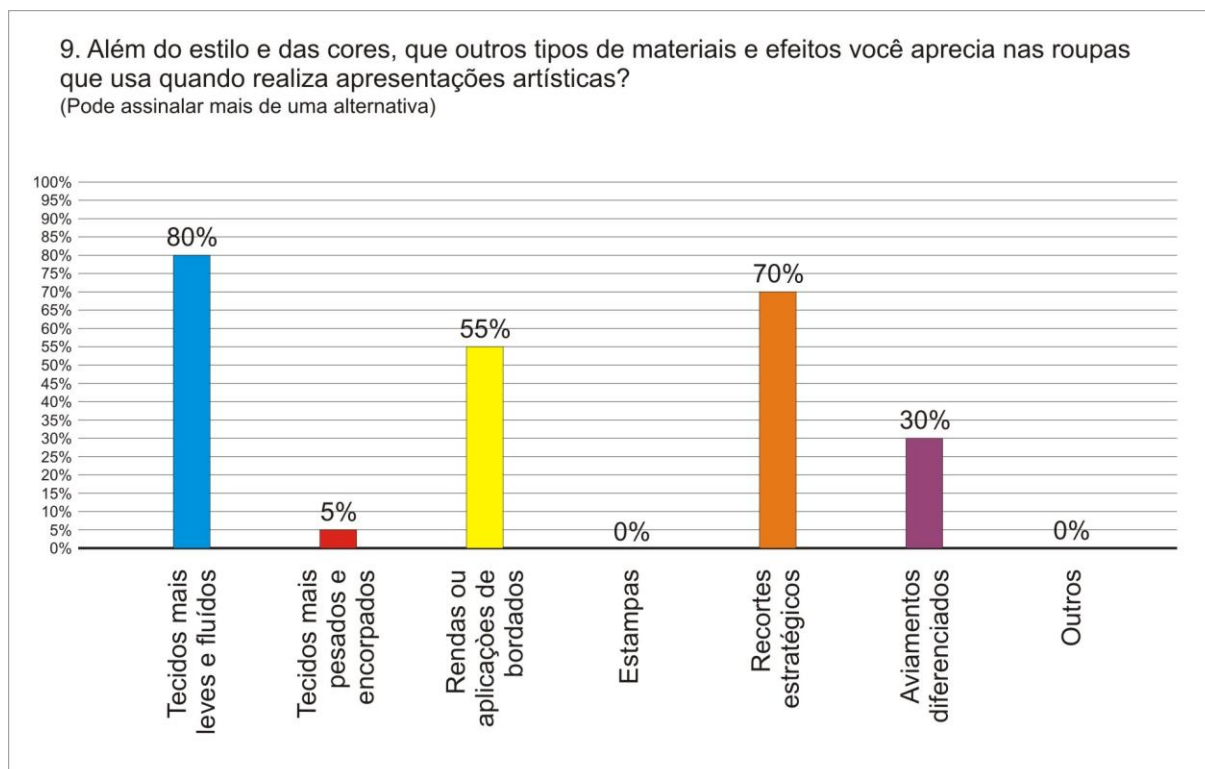


Gráfico 9 – Dados coletados na pesquisa de campo – (9ª pergunta)
Fonte: Do autor (2014).

Análise da 9ª pergunta: Um dos propósitos da nona pergunta era estabelecer a identificação dos tipos de materiais preferidos pelas violinistas em suas roupas. Conforme se observa no gráfico 9, a preferência das mulheres recai no uso de tecidos mais leves e fluídos (80%), seguido de perto pela opção dos recortes estratégicos (70%). Rendas ou aplicações de bordados também aparecem como materiais e recursos bastante apreciados pelas instrumentistas (55%). Além deles, aviamentos diferenciados são apontados por 30% das participantes como elementos que, supostamente, agregariam mais valores estéticos às peças. A marca irá considerar todos esses resultados levantados na investigação, procurando aplicar esses aspectos já nos primeiros momentos de criação e de concepção dos modelos.

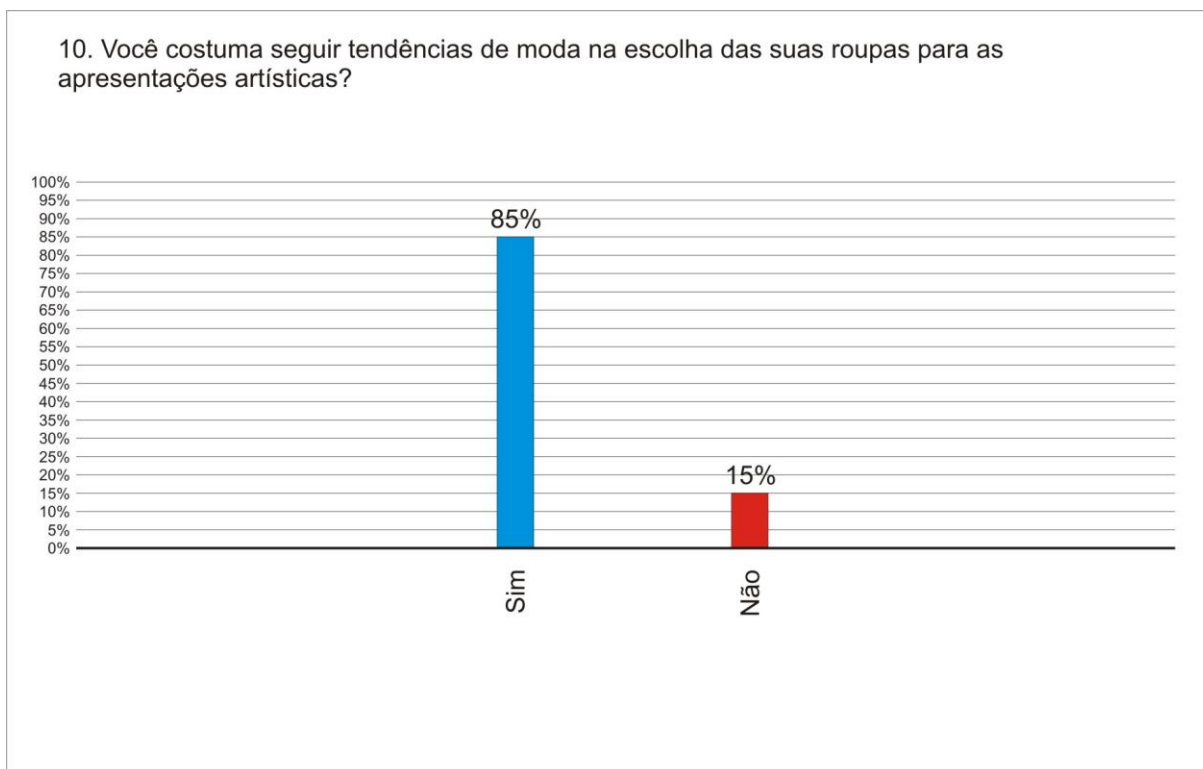


Gráfico 10 – Dados coletados na pesquisa de campo – (10ª pergunta)
Fonte: Do autor (2014).

Análise da 10ª pergunta: 85% das participantes revelaram o seu interesse em seguir as últimas tendências de moda lançadas no mercado. Mesmo no caso da indumentária artística, a maioria das mulheres demonstrou preocupação em atrelar a esse tipo de vestimenta mais informação de moda. Em virtude disso, a coleção a ser elaborada nessa pesquisa irá trabalhar as informações de tendências, tanto no contexto macro como micro, para que os vestuários direcionados para as praticantes de música sejam concebidos como produtos de moda que, além de atender as necessidades artísticas das violinistas, contemplem também as exigências quanto à vaidade estética, frequentemente presente dentro do universo feminino.

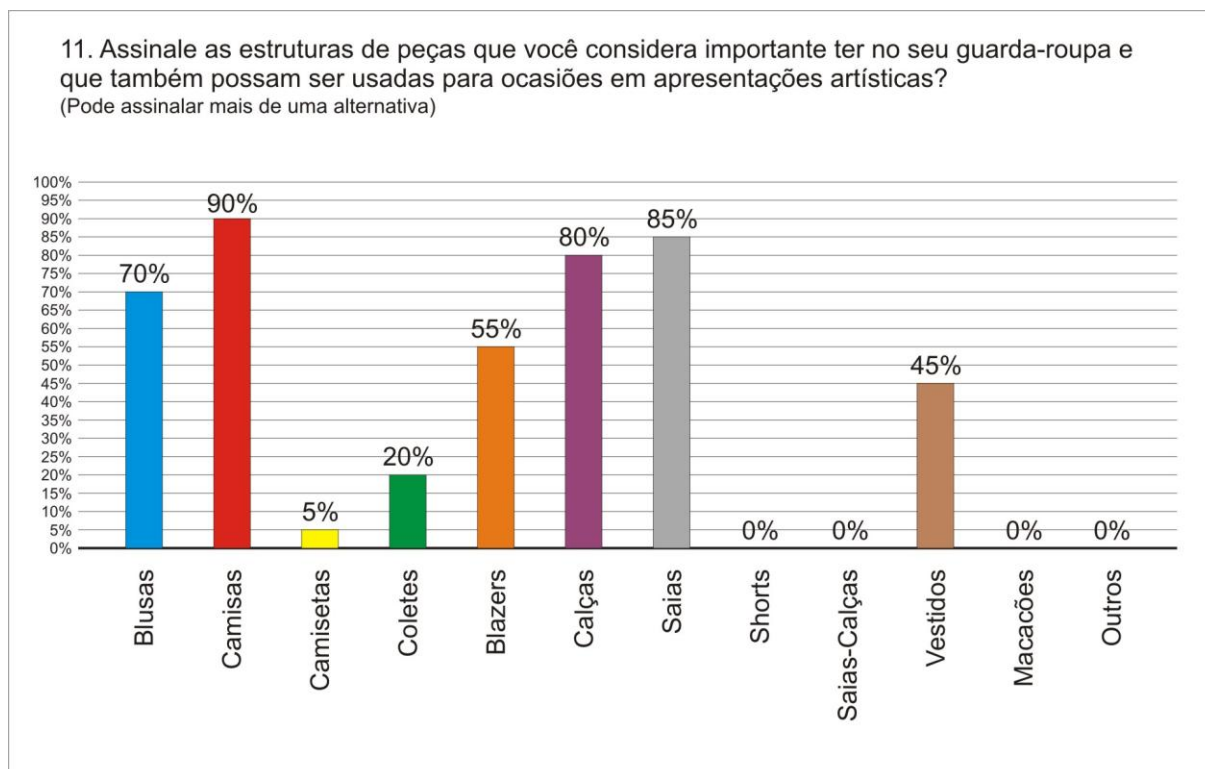


Gráfico 11 – Dados coletados na pesquisa de campo – (11ª pergunta)
Fonte: Do autor (2014).

Análise da 11ª pergunta: A última pergunta do questionário foi elaborada tendo como propósito o direcionamento para uma escolha mais adequada das estruturas de peças a serem distribuídas no *mix* da coleção. Dessa maneira, foi questionado às violinistas quais as peças que elas consideravam ser importantes e indispensáveis dentro do seu guarda-roupa. De acordo com os resultados apresentados no gráfico 11, camisas (90%), blusas (70%), blazers (55%) e coletes (20%) surgem como as estruturas de *tops* mais indicadas pelas mulheres para fazer parte do guarda-roupa. Já no caso das estruturas de *bottoms*, a preferência vai para as saias (85%) e para as calças (80%). Os vestidos também são indicados por uma parcela significativa das instrumentistas (45%) como peça importante a ser utilizada em apresentações artísticas. Baseado nesses dados e de acordo com a estação escolhida para o desenvolvimento da coleção, o *mix* será elaborado considerando as estruturas de peças que foram mais indicadas pelas participantes durante essa investigação.

4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

Para Baxter (1998, p. 8), “o princípio do desenvolvimento de “novos” produtos é uma atividade importante e arriscada, porém pode-se reduzir este risco se observados alguns princípios básicos como: orientação para o mercado, estudos de viabilidade e especificações e qualidade do desenvolvimento”.

4.1 EMPRESA

4.1.1 Nome da Empresa

A razão social da empresa é EGB – Indústria e Comércio de Confecções Ltda.. Possui como nome fantasia a denominação de Via Clássica Confecções.

4.1.2 Porte

O SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2014) apresenta algumas diretrizes no que diz respeito ao enquadramento e à classificação dos tipos de empresas ativas em todo o território nacional.

Quadro 5 – Classificação do porte das empresas

Tipo de Empresa	Descrição
Sociedade Limitada	Tem por objetivo o exercício de atividade própria de empresário sujeito ao registro, independentemente de seu objeto.
Empresário Individual	Exerce em nome próprio atividade empresarial.
Microempreendedor Individual	Pessoa que trabalha por conta própria e se legaliza.
Empresas de Pequeno Porte (EPP)	Empreendimento com faturamento bruto anual entre R\$ 360 mil e R\$ 3,6 milhões.
Pequenas Empresas do Simples Nacional	Empresas do sistema Simples (amparada pela LC 123/2006).

Fonte: Site do SEBRAE (2014).

Ainda conforme o SEBRAE (2014), a definição do porte também pode seguir como parâmetro a quantidade de funcionários que atuam dentro da empresa. No setor industrial considera-se como microempresa aquela que possui até 19 (dezenove) pessoas. Já no caso da pequena empresa, o número de empregados varia entre 20 (vinte) e 99 (noventa e nove) funcionários.

Para que a empresa esteja dentro da categoria de médio porte, é necessário ter entre 100 (cem) e 499 (quatrocentos e noventa e nove) empregados. No caso das empresas que têm mais de 500 pessoas no seu quadro funcional, as mesmas ficam na categoria de grande porte.

A empresa que será constituída nesse trabalho ficará situada na cidade de Apucarana, município localizado na região norte do Estado do Paraná. Com base nas diretrizes do SEBRAE e de acordo com as suas condições de implantação, a empresa EGB – Indústria e Comércio de Confecções Ltda. se enquadrará na categoria de “Empresa de Pequeno Porte – EPP”.

4.1.3 Marca

A Via Clássica é uma marca que surge com a ideia de atender uma demanda de mercado que é oferecer roupas para músicos – sejam eles amadores ou profissionais – em benefício do aumento da qualidade de vida e do bem-estar dos instrumentistas, durante as suas apresentações artísticas em público. A concepção

da logomarca é simples e se baseia em uma tipologia de letra sem serifa, na fonte Aileron-Thin, que facilita a legibilidade de sua leitura (Figura 4).

Via Clássica

Figura 4 – Logomarca
Fonte: Do autor (2014).

4.1.4 Conceito da Marca

A Via Clássica é uma marca criada para atender um público específico dentro do meio artístico, ou seja, músicos que atuam tanto como amadores quanto como profissionais em apresentações, shows, festas ou eventos sociais.

O conceito da marca traz como proposta o desenvolvimento e a oferta de vestuários direcionados para músicos, que atendam não apenas as necessidades práticas de conforto e funcionalidade, mas também que promovam uma estética diferenciada às roupas confeccionadas para instrumentistas, uma vez que essa demanda ainda é pouco atendida pelo mercado, em virtude da falta de opções de lojas que comercializem vestuários adequados para músicos.

Além disso, a marca também pretende estabelecer a inserção da informação de moda para esse tipo de produto – como fundamentos do design, aspectos da ergonomia, tendências de mercado, etc – demonstrando que essas roupas podem tanto ser usadas para atender as necessidades específicas dos músicos, quanto para ocasiões do dia-a-dia.

4.1.5 Segmento

O segmento feminino da marca Via Clássica é o *casualwear*, com uma linha de produtos em que predominam peças no estilo básico, clássico e sofisticado.

Os vestuários são direcionados para mulheres violinistas que costumam fazer apresentações artísticas em público.

Essas peças também são pensadas para serem utilizadas pelas clientes em outros tipos de ocasiões no dia-a-dia, como trabalho, lazer com os amigos, cultos religiosos ou passeios com a família.

4.1.6 Distribuição

A distribuição dos produtos da marca Via Clássica nas lojas multimarcas atendidas em todo território nacional será viabilizada por meio de sistema terceirizado, com a entrega de pedidos dos clientes/lojistas efetivada sob a contratação de transportadoras. O prazo médio para que os pedidos cheguem a esses estabelecimentos ficará em torno de 30 a 45 dias úteis.

Já para a distribuição dos produtos na loja de marca própria, os mesmos serão entregues com veículo utilitário da empresa através de funcionário contratado e registrado da marca. No caso das compras feitas pela *internet*, os produtos poderão ser encaminhados pelos correios – como encomenda registrada ou pacote via sedex – e também por meio de serviço terceirizado junto às empresas transportadoras.

4.1.7 Concorrentes (Diretos e Indiretos)

Em se tratando de uma marca que se propõe a oferecer no mercado vestuários direcionados especialmente para músicos, nenhuma empresa foi identificada como concorrente direto da marca Via Clássica.

Por outro lado, algumas lojas multimarcas que atendem consumidoras de classe média, podem ser consideradas como eventuais concorrentes indiretos, em virtude de comercializarem produtos com estética e estilo semelhantes aos adotados pela empresa e com médias de valores próximas das margens de preços praticadas pela Via Clássica dentro do mercado.

4.1.8 Sistemas de Vendas

A Via Clássica irá trabalhar com dois tipos de sistemas de vendas, sendo o “direto” e o “indireto”.

No sistema de vendas direto os produtos da marca serão adquiridos pelo sistema de comércio eletrônico, ou seja, o *e.commerce*, sistematizado pela loja virtual *online*.

Já no sistema de vendas indireto, a empresa fará parcerias com representantes autônomos de vários Estados, que irão representar as vendas dos produtos da marca junto às lojas multimarcas localizadas em todo país.

4.1.9 Pontos de Vendas

A curto prazo, os pontos de vendas em lojas multimarcas englobarão estabelecimentos localizados na região Sul – nos Estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul – e na região Centro-Oeste – nos Estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro. Esses Estados foram selecionados em função dessas regiões comportarem um grande número de profissionais na área de música.

Posteriormente, a médio e longo prazos, a empresa pretende expandir a comercialização de seus produtos em pontos de vendas espalhados nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, tendo como estratégia inicial atingir Estados como Amazonas, Bahia, Mato Grosso e Goiás.



Figura 5 – Regiões do território brasileiro
Fonte: Site Mapa do Brasil por Regiões (2014).

A cidade de Londrina é considerada como um grande pólo de manifestação cultural, com diversos eventos de nível nacional e internacional. Um desses eventos representativos é o Festival de Música de Londrina, organizado pela Universidade Estadual de Londrina com o apoio da prefeitura municipal e do Ministério da Cultura.

No caso da loja de marca própria, a mesma será instalada em um shopping center de grande porte na cidade de Londrina, região norte do Estado do Paraná. A escolha por essa cidade acontece em virtude do crescimento do setor da construção civil e da expansão do mercado imobiliário nesse município, com a existência de vários shoppings e a previsão de construção de mais edifícios comerciais dessa categoria.

A loja seguirá o mesmo estilo da marca, ou seja, a fachada e a decoração serão concebidas dentro de uma linha básica e clássica, com a aplicação de tonalidades monocromáticas (branco e preto) e a mistura de materiais metálicos e transparentes presentes na vitrine e nos mobiliários do estabelecimento (Figura 6).



**Figura 6 – Simulação do projeto da fachada e do interior da loja de marca própria.
Fonte: Adaptado dos sites Studio M + B e Moda É/Estilo Será (2014).**

4.1.10 Preços Praticados

Os preços de varejo referentes aos produtos da marca Via Clássica praticados nos pontos de vendas físicos – loja própria e lojas multimarcas – irão variar entre R\$100,00 (para as peças mais básicas) e R\$350,00 (para as peças mais elaboradas).

Os parâmetros para o estabelecimento desses valores se basearam nas margens de preços que as consumidoras estão dispostas a pagar por produtos vestuários que serão utilizados em apresentações musicais e que foram apontados durante a coleta de dados do levantamento de campo desse estudo.

As médias de preços praticadas pelas empresas concorrentes também serviram como referencial para delinear os valores dos produtos da marca Via Clássica no mercado varejo. Além disso, questões como a escolha das matérias-primas e das tecnologias aplicadas para o desenvolvimento e a produção dos modelos foram dimensionadas, para alcançar médias de valores de preços que estivessem dentro da realidade financeira do público alvo.

4.1.11 Promoção

Na virada de estação, a loja de marca própria da Via Clássica realizará promoções em peças de coleções anteriores, oferecendo margens de descontos que poderão variar entre 30% e 60%. Para os modelos da coleção da estação haverá uma promoção especial para as clientes que comprarem produtos com valores acima de R\$150,00, com descontos que poderão variar entre 5% e 15%.

A marca também adotará como estratégia o sistema de compra pelo “cartão-fidelidade”, em que as clientes adquirem pontos a cada compra, dando posteriormente direito a mais descontos exclusivos nas novas compras que realizar na loja de marca própria.

Épocas de datas comemorativas como Dia das Mães, Dia dos Namorados e Festas de Fim de Ano (Natal), terão ofertas especiais em todos os produtos da loja. Para a comemoração do “Dia do Músico”, que acontece no dia 22 de novembro, a marca oferecerá brindes exclusivos às clientes cadastradas.

4.1.12 Propaganda e Marketing

Para a consolidação da marca em território brasileiro, a Via Clássica investirá em anúncios e propagandas impressas em revistas especializadas da área de música, e moda, com circulação em todo o território nacional (Figura 7).



Figura 7 – Simulação de anúncio de revista
 Fonte: Adaptado dos sites Ana Cintra e Mananciais do Amor (2014).

A empresa também abrirá uma página na rede social, que facilitará a comunicação junto às consumidoras no lançamento de novos produtos da marca. O acesso a esse endereço eletrônico também permitirá às clientes expressarem suas opiniões e comentários, fazendo críticas e dando sugestões para a melhoria na qualidade dos produtos da marca.

Como estratégia local e regional de divulgação da marca, a empresa ainda pretende adquirir direito ao uso de espaço em *outdoor* eletrônico na cidade de Londrina, com a periodicidade na inserção de chamadas publicitárias em intervalos a cada 15 (quinze) dias (Figura 8).



Figura 8 – Simulação de propaganda em *outdoor* eletrônico
 Fonte: Adaptado dos sites VS Propaganda e Artflakes (2014).

4.1.13 Planejamento Visual e Embalagem

A Via Clássica irá trabalhar com dois tipos de embalagens em seus pontos de vendas físicos. A linguagem adotada nessas embalagens é monocromática, sendo elas elaboradas com duas propostas de fundos como base (claro e escuro), ou seja, uma na tonalidade branca e a outra em preto.

A sacola terá alças plásticas e será confeccionada com papel fosco de gramatura 240g, tendo a impressão das listras laterais e da logomarca em acabamento brilhoso (Figura 9). Já a caixa será feita com papelão encerado de gramatura 320g, com sistema de abertura nas partes laterais mais curtas e estreitas. O padrão das listras nas laterais segue o mesmo visual estético da sacola e a impressão delas e da logomarca também será feita em acabamento brilhoso (Figura 10).



Figura 9 – Sacolas (versões com fundo claro e fundo escuro)
Fonte: Do autor (2014).



Figura 10 – Caixas (versões com fundo claro e fundo escuro)
Fonte: Do autor (2014).

4.2 PÚBLICO ALVO



Figura 11 – Público alvo
Fonte: Site WallSave (2014).

4.2.1 Perfil do Consumidor

Mulheres na faixa etária entre 23 e 28 anos pertencentes à classe B, praticantes e apreciadoras da boa música. Vaidosas e independentes, possuem extremo cuidado quanto à sua aparência e procuram vestuários sofisticados e de qualidade que tenham um estilo básico e clássico, para que possam ser usados durante as suas apresentações artísticas.

Algumas são estudantes, mas a grande maioria delas já é formada. Mesmo assim, essas mulheres continuam suas jornadas profissionais pela busca de mais conhecimentos, fazendo cursos de pós-graduação e aperfeiçoamentos na área musical. Adoram estar por dentro de todas as novidades que surgem no mercado, ficando sempre bem informadas sobre tudo o que acontece.

Muitas delas são independentes financeiramente e têm uma vida emocional bem resolvida. Cuidam da alimentação e da saúde do corpo, praticando diversos tipos de atividades físicas como ginástica, natação, corrida e musculação.

Apreciam assuntos ligados à moda, artes, cinema, teatro, dança e, principalmente, música. Aos finais de semana costumam sair com os amigos em locais como bares, restaurantes, clubes e danceterias.

Adoram viajar e quando têm oportunidade para isso, elas organizam seus roteiros de viagens para locais como *resorts* ou lugares que privilegiem o contato junto à natureza, como praias e montanhas.

4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

4.3.1 Macrotendências (Socioculturais)

A WGSN (Word Global Style Network) – uma das principais empresas de pesquisa e inteligência de estilo – lançou um *preview* sobre as macrotendências de comportamento e de consumo que estarão presentes em 2015.

Quadro 6 – Macrotendências 2015

Macrotendência	Descrição
<i>Industrial Revolution</i>	Segue o estilo “ <i>Do It Yourself</i> ”. O uso de impressoras 3Ds e a disseminação das máquinas pedem uma reavaliação existencial dos seres humanos. O que vamos fazer agora? As peças podem ser customizadas. Aqui surgem as cores fortes como “vermelho sangue”, tons claros e pastel.
<i>Modern Myth</i>	É a fusão entre o leste e o oeste. Os consumidores que se identificam nessa temática são os chamados sonhadores. Eles apelam para o escapismo frente às dificuldades do mundo moderno. Na moda, o uso de figuras mitológicas em bordados junto com o uso de tecidos tradicionais.
<i>Rendering Reality</i>	Nós nos tornamos completamente dependentes dos nossos <i>gadgets</i> , celulares, computadores, etc.. Os consumidores que se identificam com essas tendências são os “ <i>Data Believers</i> ”, que marcam presença nas redes sociais. Camadas são muito importantes para a tendência, misturando cores. As marcas vão atender a esse público com lojas conectadas que dispensam os vendedores comuns ou <i>e-commerce</i> que dão a sensação do produto.

Fonte: Adaptado do site WGSN (2014).

4.3.2 Microtendências (Estéticas)

A WGSN define os caminhos para as tendências do verão 2015 brasileiro. Segundo a editora sênior de feiras e passarelas internacionais do portal, Katie Sturch, os temas são divididos em categorias como: “Foco”, “História 2.0” e “Biodinâmica”.

Quadro 7 – Microtendências 2015

Microtendência	Descrição
Foco	Parte da tecnologia e da alta definição. Passa por três caminhos estéticos: “Esporte Zen”, “Romantic” e “Solstício Nórdico”. O “Esporte Zen” aponta para uma alfaiataria moderna, com peças simples em cores neutras e toques de cores mais fortes. Já o “Romantic” une o estilo de vida urbano com o campestre em estampas e tecidos leves. Por fim, o “Solstício Nórdico” ressalta o clima praiano com tecidos granulados e em camadas, valorizando o artesanal com texturas exageradas. A cartela de cores é <i>soft</i> , formada por lilás, cinzas e alguns tons metalizados.
História 2.0	Descortina um mundo selvagem a partir da mistura entre realidade e imaginação. “ <i>Living Forever</i> ” reintroduz referências a animais extintos endereçadas a pensadores livres e abertos a novas ideias. Com alicerces na história natural, “ <i>Fossil Living</i> ” faz referência a objetos raros e com aspectos futurísticos, enquanto “ <i>Way Out West</i> ” condensa boemia e o <i>surf</i> . As cores que envolvem esse tema são <i>cool</i> e mais escuras, vindas dos fósseis.
Biodinâmica	Surge baseada nas formas da vida biológica, valorizando formatos de bactérias, endereçada com estilo de vida leve e que deseja fazer diferença. Aqui, um dos destaques é o “ <i>Miami Sun Rise</i> ”, que investe em estampas orgânicas, vivas e <i>cleans</i> , com padrões da natureza e de alto contraste. A inspiração vem dos grandes centros urbanos, retratados como pinturas expressivas.

Fonte: Adaptado do site WGSN (2014).

4.4 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

4.4.1 Delimitação Projetual

Segundo Rech (2001, 120), um produto de moda é qualquer elemento ou serviço que conjugue as propriedades de criação; design; tendências de moda; qualidade conceitual, técnica e ergonômica; aparência; apresentação e preço, conforme as vontades e anseios do segmento de mercado ao qual o produto se destina.

De acordo com Löbach (2001, p. 55), os produtos de design podem ser classificados, basicamente, em três tipos de categorias, cuja as funções se subdividem em valores “práticos”, “estéticos” e “simbólicos”.

Dentro da proposta para o desenvolvimento do projeto de coleção de vestuários para músicos que é estabelecida nesse estudo, a delimitação projetual contempla esses valores dentro dos seguintes aspectos:

Funções práticas:

- Modelagem que torne eficiente os movimentos do corpo durante a manipulação do instrumento musical, considerando questões ergonômicas que envolvem a prática da música para essas usuárias;
- Funcionalidade e conforto que torne as peças agradáveis de serem usadas tanto nas apresentações em público quanto para o dia-a-dia;
- Uso de tecidos com toque suave e de boa resistência, que consigam suportar as condições de atrito junto a mobiliários (cadeiras e assentos) e equipamentos (violinos), considerando as necessidades de contato das roupas durante as apresentações.

Funções estético-simbólicas:

- Utilização de formas clássicas (*shapes*) nas estruturas de modelagem das peças, aplicando técnicas básicas de alfaiataria que respeitem as exigências quanto ao estilo e à descrição dos modelos.
- Aplicação de elementos e detalhes diferenciados – recortes, aviamentos, etc – que valorizem os vestuários e ofereçam um visual mais agradável

e diferenciado quando comparado às roupas que as instrumentistas normalmente costumam utilizar.

- Uso de materiais e cores que estejam de encontro com as últimas tendências de moda, tendo a preocupação também de se pensar em roupas direcionadas para instrumentistas como produtos de moda.

4.4.2 Especificações do Projeto

4.4.2.1 Conceito da coleção

O conceito da coleção Primavera/Verão 2015 da Via Clássica é o poder misterioso e de encantamento que a música é capaz de provocar nos corações das pessoas.

Esse fascínio se materializa diante das formas delicadas e sofisticadas das silhuetas dos modelos e do poder envolvente das cores que predominam na coleção.

Os recortes estratégicos, as texturas plissadas e de rendas, e os detalhes em franzidos, promovem uma estética apaixonante, que se completa com a união e a harmonia suave de estruturas rígidas aliadas às peças mais fluídas.

4.4.2.2 Nome da coleção

O nome da coleção Primavera/Verão 2015 da Via Clássica denomina-se “Sob Encanto”, em referência ao estado de hipnose e êxtase que o espírito humano sente ao ouvir o belo toque musical de um instrumento, capaz de atingir a sensibilidade e a essência do coração das pessoas.

4.4.2.3 Referência da coleção

A coleção “Sob Encanto” – Primavera/Verão 2015 tem sua linha de inspiração traçada pelos grandes musicais e pela ostentação sofisticada dos palcos teatrais. Essas referências são traduzidas visualmente por meio da obra cinematográfica “O Fantasma da Ópera”, drama musical baseado na novela de Gaston Leroux, dirigido no ano de 2004 por Joel Schumacher e roteirizado por Andrew Lloyd Webber.



Figura 12 – Cartaz de divulgação do filme "O Fantasma da Ópera" na França
Fonte: Site LinkMeRR (2014).

O cenário principal da trama é o Teatro Ópera de Paris, na França. A história se passa no ano de 1860 e trata-se de um triângulo amoroso entre as personagens principais: Christine, Raoul e o “Fantasma da Ópera”.



Figura 13 – Cenário interno do Teatro Ópera de Paris
Fonte: Site Ornotorrinco Cinéfilo (2014).

Christine é uma aspirante à cantora que revela o seu grande talento musical acidentalmente durante um ensaio no teatro. Todos ficam encantados com sua bela voz, mas o que poucos desconhecem é que ela foi treinada – desde criança – por um ser misterioso que habita as catacumbas secretas do teatro. Isso tudo acontece sem ela nunca ter o visto, o que a faz pensar ser essa criatura um anjo enviado em sua vida.



Figura 14 – O misterioso "Fantasma da Ópera" nas catacumbas do teatro
Fonte: Site Cinensaio (2014).

O talento e a beleza de Christine chamam a atenção de Raoul, o novo proprietário do teatro e um antigo amigo de infância da garota. Raoul é um jovem rico e vistoso, que resolve investir seu amor na cantora. Tudo parece correr bem

entre os dois jovens, mas a paixão entre eles desperta a ira do “Fantasma”, que alimenta um amor platônico por Christine que nunca foi revelado, já que ele se mantém em segredo por causa da aparência assustadora de sua face escondida por uma máscara.



Figura 15 – O romance e a paixão entre Christine e Raoul
Fonte: Site JUAL (2014).

A fúria do “Fantasma” faz com que ele provoque vários acidentes no teatro, gerando mortes e ameaçando a felicidade do casal. Christine fica imensamente assustada com tudo que acontece, mas por outro lado, quando o “Fantasma” fica diante dela, a garota sente uma atração inexplicável pela criatura, ficando ela dominada pelo seu encantamento.



Figura 16 – A atração inexplicável de Christine pelo misterioso "Fantasma da Ópera"
Fonte: Site JUAL (2014).

A filme foi muito bem visto pela crítica cinematográfica americana, sendo indicado no ano de 2005 para três categorias do Oscar: “Melhor Direção de Arte”, “Melhor Fotografia” e “Melhor Canção Original”.



Figura 17 – A paixão eternizada entre duas pessoas de mundos diferentes através da música
Fonte: Adaptado do DVD/Musical “O Fantasma da Ópera no Royal Albert Hall” (2011).

Além disso, o filme também recebeu a indicação do Globo de Ouro nos Estados Unidos para as categorias de “Melhor Filme Musical”, “Melhor Canção Original” e “Melhor Atriz de Filme Musical”. No Japão, a produção foi indicada pela

Academia Japonesa de Cinema a concorrer na categoria de “Melhor Filme Estrangeiro”, no ano de 2006.

4.4.2.4 Cores

A coleção “Sob Encanto” – Primavera/Verão 2015 apresenta em sua cartela de cores a suavidade dos tons pastéis, com nuances extraídas da pele e da luz como o bege, nude, rosa e branco.

Há ainda a ideia do *glamour* dos palcos teatrais, contemplada por meio da presença de cores mais sóbrias, como as tonalidades de ocre e preto, que demarcam a elegância e a sofisticação dos grandes espetáculos musicais. O toque moderno e ousado na coleção acontece com as presenças do vermelho, do verde e do azul, que representam a magia e a paixão do amor eterno.

4.4.2.5 Materiais

Os tecidos utilizados pela Via Clássica são leves, suaves e delicados e possuem uma gramatura com toque que proporciona conforto junto à pele. Os diversos tipos de *chiffon*, alfaiataria *dior*, *voil* com brilho, sarja super acetinada, cetim toque de seda, cetim com elastano, cetim *light gloss*, helanca *light*, crepe madame e renda, promovem um caimento mais fluído junto ao corpo, enquanto os tecidos mais encorpados estruturam silhuetas acinturadas, retas e amplas, que valorizam o corpo da mulher.

Outros tipos de materiais – como rendas e aviamentos metalizados – também serão aplicados em partes estratégicas das roupas, promovendo uma sensação de riqueza e mistério e que, ao mesmo tempo, garante a sofisticação desejada pela marca para os modelos da coleção.

4.4.2.6 Formas e estruturas (*shapes*)

A coleção Primavera/Verão 2015 da Via Clássica apostará no estilo básico e clássico, em consonância com detalhes e cores na linha moderna e sofisticada.

Os *shapes* variam desde as estruturas do tipo “reta”, “acinturada” e “ampla”, com a valorização da estética dos contornos da mulher e que, ao mesmo tempo, proporcionam sensação de conforto e bem-estar para as consumidoras da marca (Figura 18).



Figura 18 – Shapes
Fonte: Do autor (2014).

4.4.2.7 Tecnologias

As tecnologias que serão utilizadas pela Via Clássica na produção dos modelos da coleção consistem no uso de maquinários industriais que, normalmente, são utilizados na maioria das confecções, com máquinas de costura do tipo “reta”, “overloque” e “galoneira”.

No processo de criação e desenvolvimento será adotado o uso softwares gráficos – como CorelDraw e Photoshop – para representar os desenhos planejados que constarão nas fichas técnicas.

A modelagem utilizada será a moulage e a plana, pois as peças possuem formas que, dependendo do lugar dos recortes, como os tops dos vestidos, um tipo de modelagem será benéfico a outro.

4.4.2.8 Mix da coleção

Via Clássica				
COLEÇÃO "SOB ENCANTO" – PRIMAVERA/VERÃO 2015				
Produto	Modelo	Referência	Mix	Quantidade
TOP	Regata	REG001	Fashion	2
		REG002	Básico	
	Blusa	BLU001	Fashion	9
		BLU002	Fashion	
		BLU003	Fashion	
		BLU004	Básico	
		BLU005	Vanguarda	
		BLU006	Fashion	
		BLU007	Fashion	
		BLU008	Fashion	
		BLU009	Fashion	
	Camisa	CAM001	Fashion	7
		CAM002	Fashion	
		CAM003	Fashion	
		CAM004	Básico	
CAM005		Vanguarda		
CAM006		Vanguarda		
CAM007		Básico		
BOTTOM	Calça	CAL001	Fashion	12
		CAL002	Básico	
		CAL003	Fashion	
		CAL004	Fashion	
		CAL005	Fashion	
		CAL006	Fashion	
		CAL007	Básico	
		CAL008	Básico	
		CAL009	Vanguarda	
		CAL010	Básico	
		CAL011	Fashion	
		CAL012	Básico	
	Saia	SAI001	Fashion	6
		SAI002	Fashion	
		SAI003	Básico	
		SAI004	Fashion	
		SAI005	Básico	
		SAI006	Fashion	
DRESS	Vestido	VES001	Fashion	7
		VES002	Vanguarda	
		VES003	Vanguarda	
		VES004	Fashion	
		VES005	Fashion	
		VES006	Fashion	
		VES007	Fashion	
TOTAL				43

Fonte: Do autor (2014).

4.5 PAINEL SEMÂNTICO



Figura 19 – Painel semântico da coleção

Fonte: Adaptado site E Passam-se os Dias (2014) / DVD Musical O Fantasma da Ópera (2011).

4.6 CARTELA DE CORES



Figura 20 – Cartela de cores *Pantone Fashion+Home*
Fonte: Do autor (2014).

4.7 CARTELA DE MATERIAIS

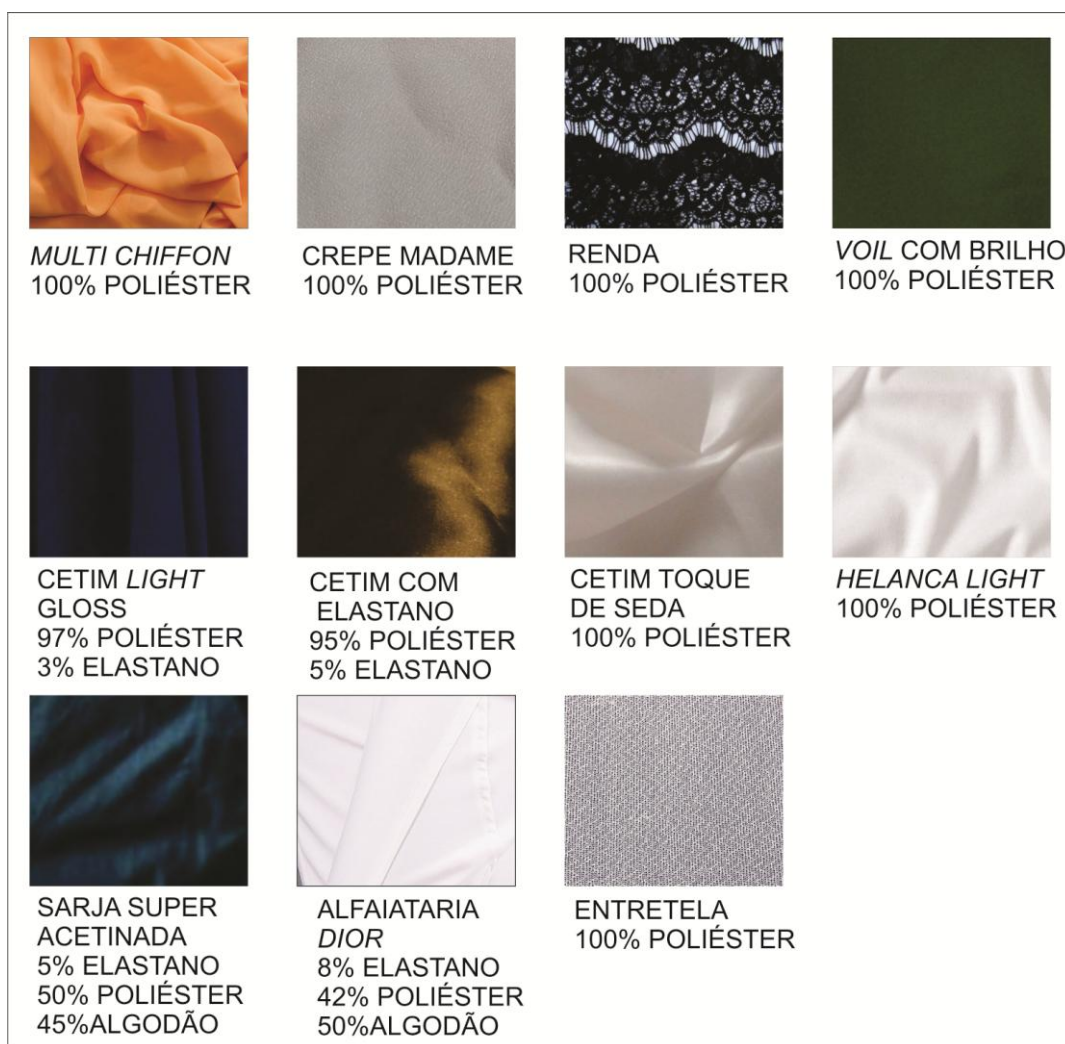


Figura 21 – Cartela de materiais
Fonte: Do autor (2014).

4.8 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: CROQUIS



Figura 22 – Geração de alternativa – Look 01
Fonte: Do autor (2014).



Figura 23 – Geração de alternativa – Look 02
Fonte: Do autor (2014).



Figura 24 – Geração de alternativa – Look 03
Fonte: Do autor (2014).



Figura 25 – Geração de alternativa – Look 04
Fonte: Do autor (2014).

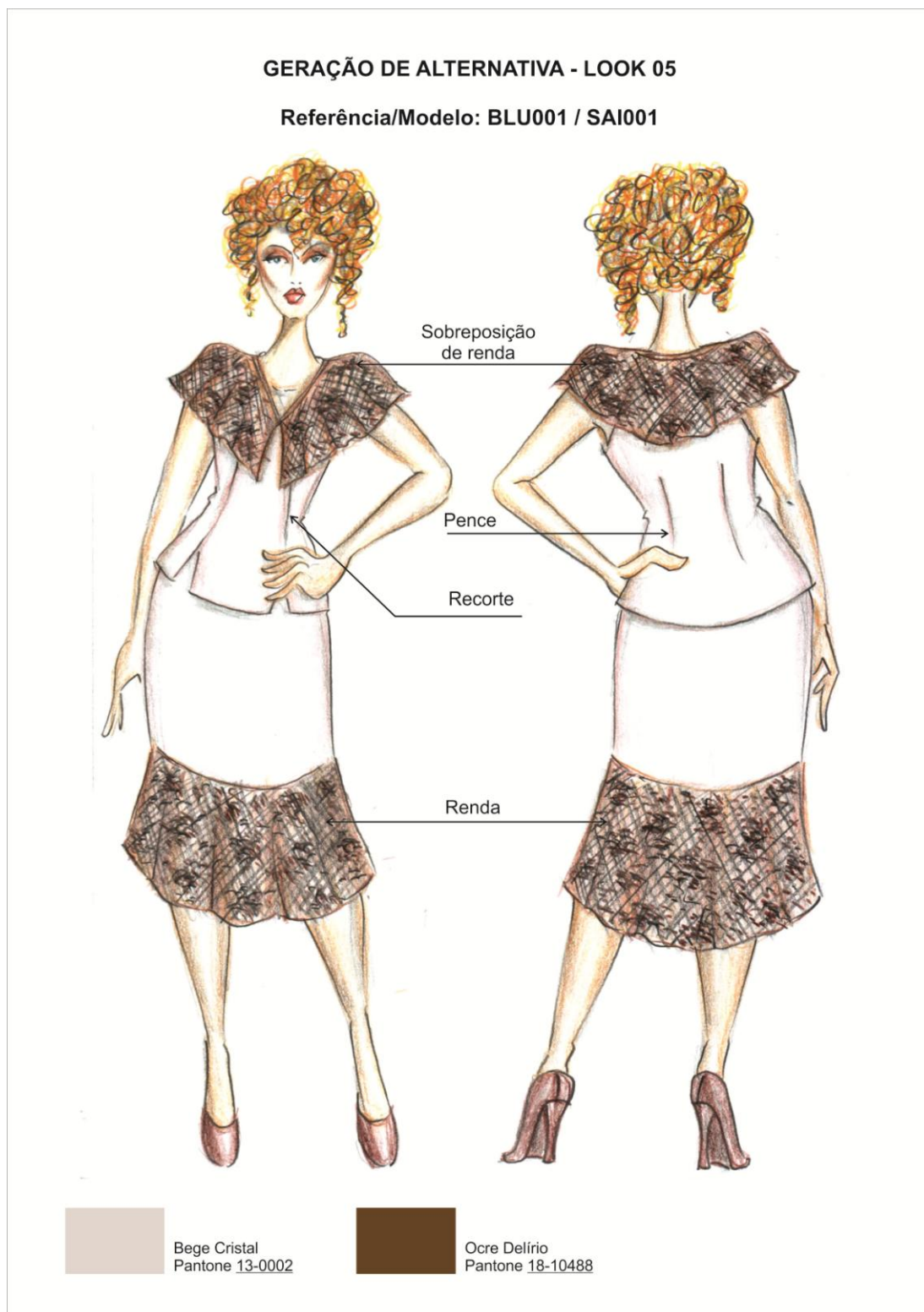


Figura 26 – Geração de alternativa – Look 05
Fonte: Do autor (2014).



Figura 27 – Geração de alternativa – Look 06
Fonte: Do autor (2014).



Figura 28 – Geração de alternativa – Look 07
Fonte: Do autor (2014).



Figura 29 – Geração de alternativa – Look 08
Fonte: Do autor (2014).

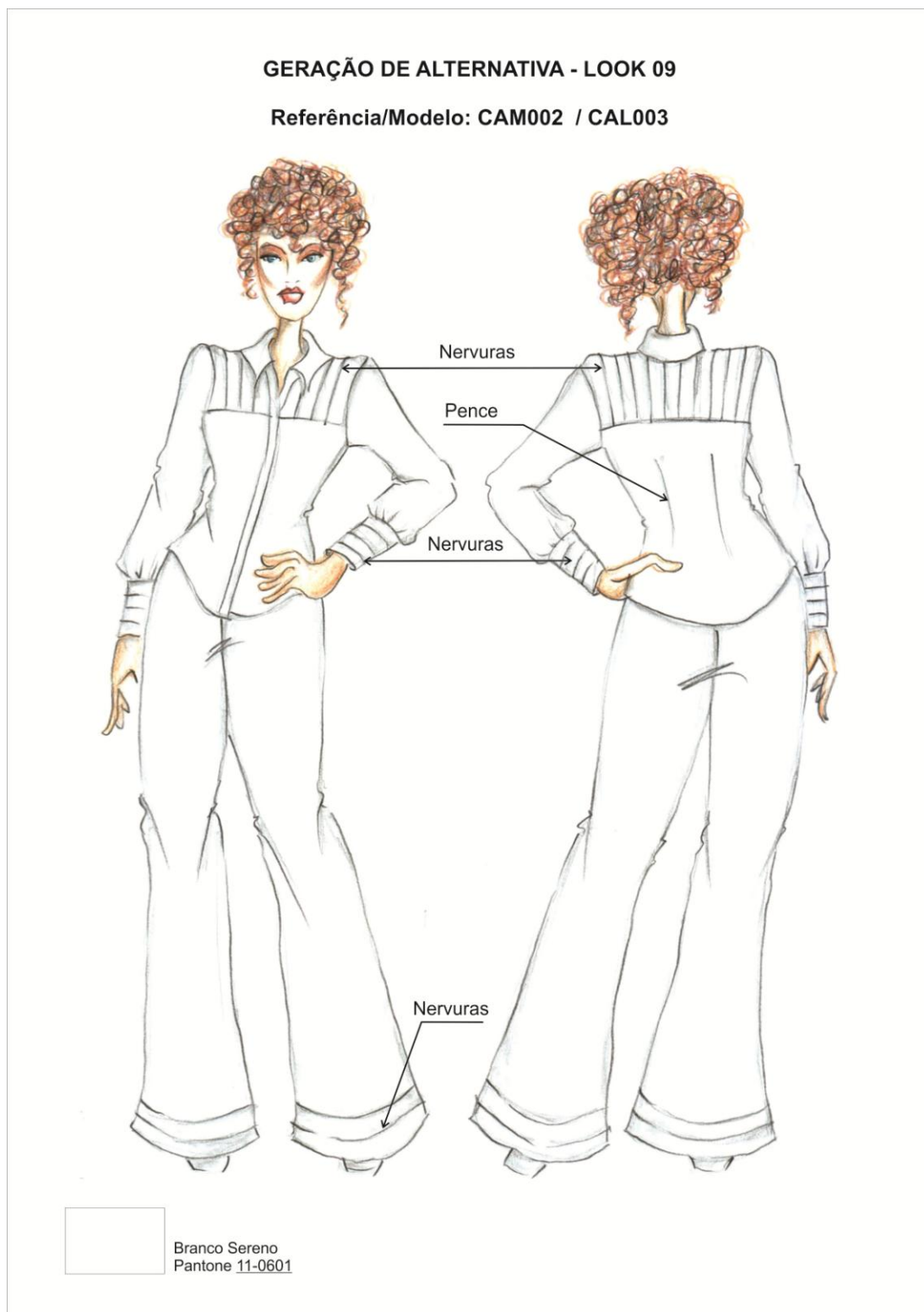


Figura 30 – Geração de alternativa – Look 09
Fonte: Do autor (2014).



Figura 31 – Geração de alternativa – Look 10
Fonte: Do autor (2014).

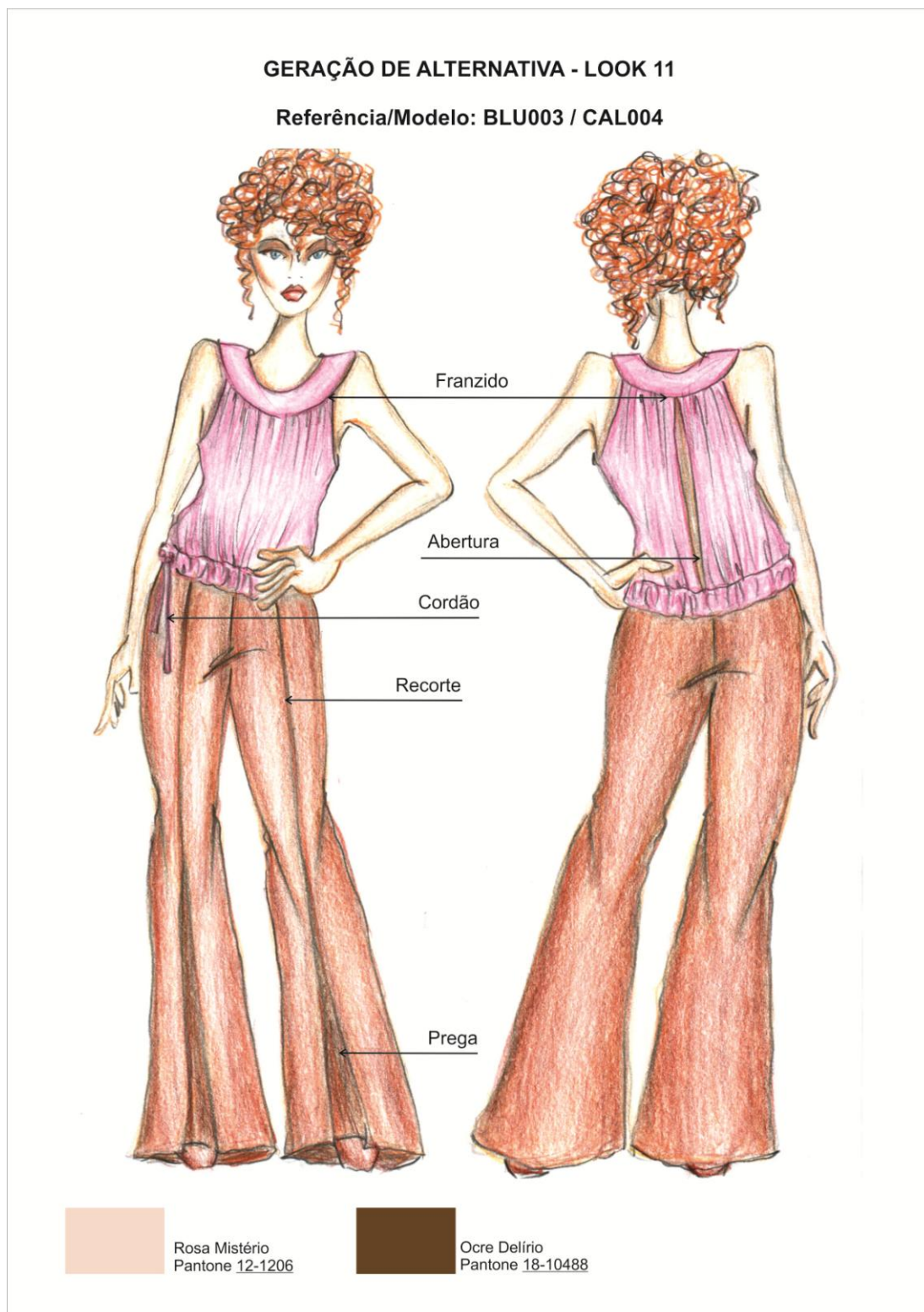


Figura 32 – Geração de alternativa – Look 11
Fonte: Do autor (2014).



Figura 33 – Geração de alternativa – Look 12
Fonte: Do autor (2014).



Figura 34 – Geração de alternativa – Look 13
Fonte: Do autor (2014).



Figura 35 – Geração de alternativa – Look 14
Fonte: Do autor (2014).



Figura 36 – Geração de alternativa – Look 15
Fonte: Do autor (2014).



Figura 37 – Geração de alternativa – Look 16
Fonte: Do autor (2014).



Figura 38 – Geração de alternativa – Look 17
Fonte: Do autor (2014).



Figura 39 – Geração de alternativa – Look 18
Fonte: Do autor (2014).

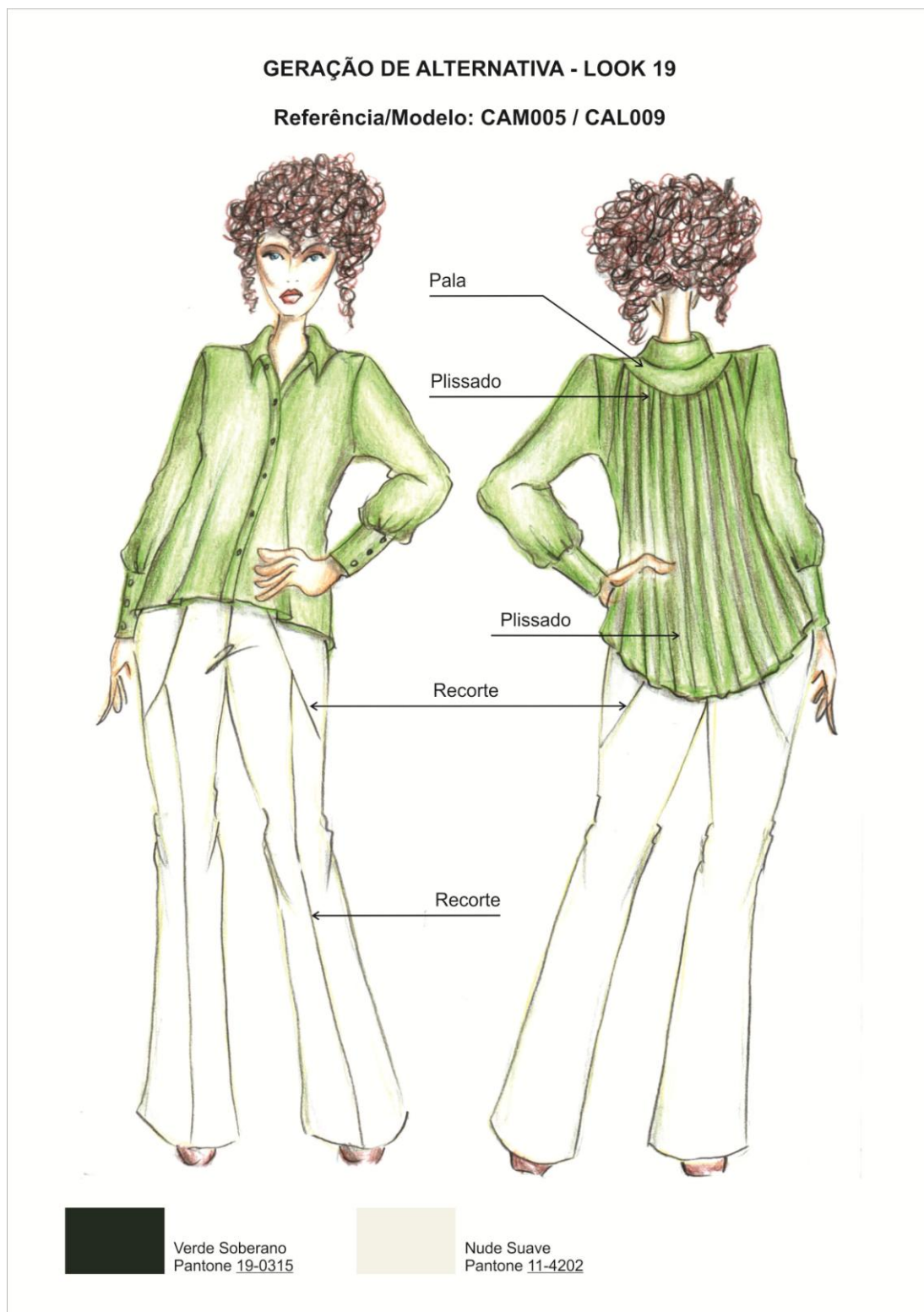


Figura 40 – Geração de alternativa – Look 19
Fonte: Do autor (2014).



Figura 41 – Geração de alternativa – Look 20
Fonte: Do autor (2014).



Figura 42 – Geração de alternativa – Look 21
Fonte: Do autor (2014).

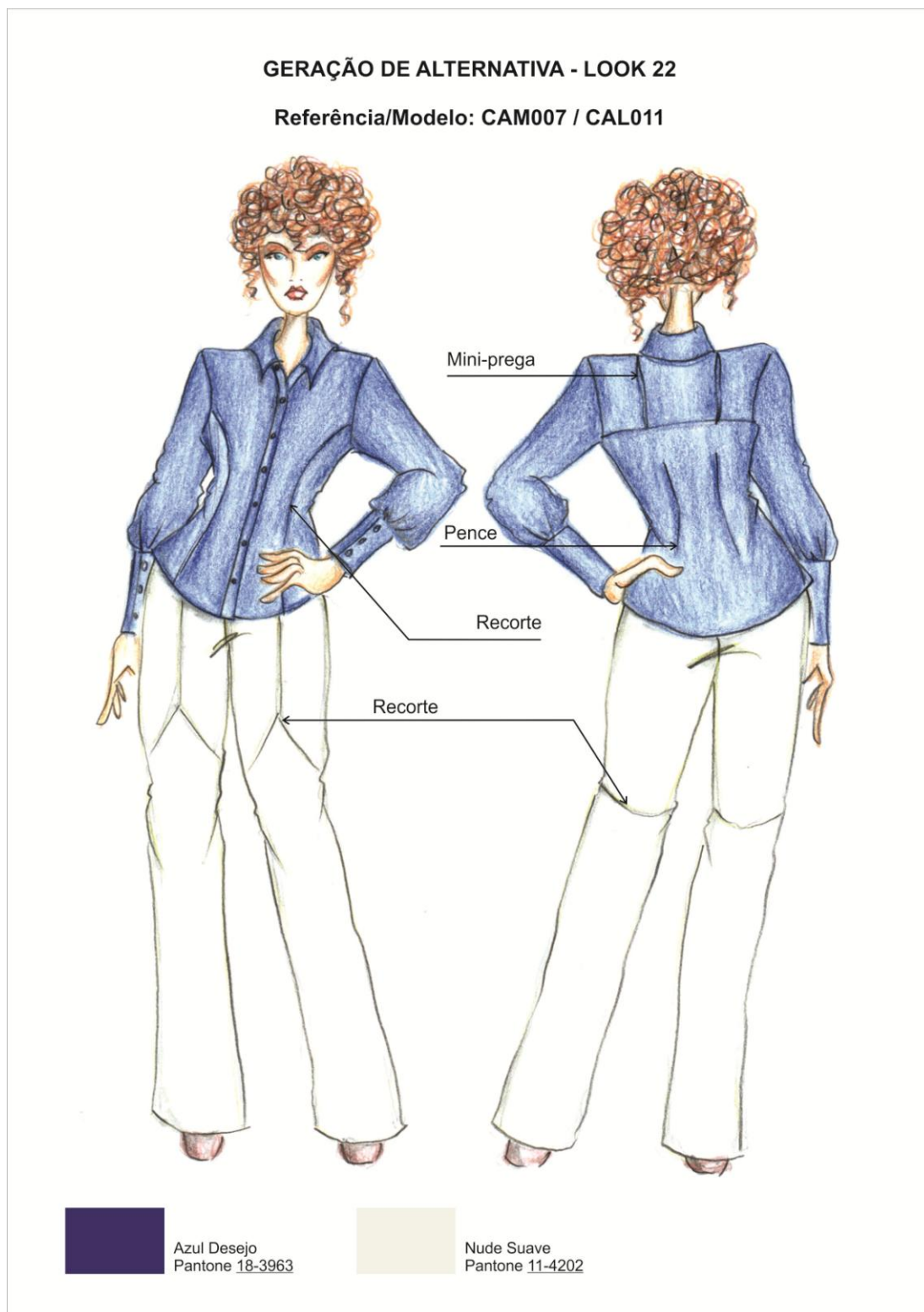


Figura 43 – Geração de alternativa – Look 22
Fonte: Do autor (2014).



Figura 44 – Geração de alternativa – Look 23
Fonte: Do autor (2014).



Figura 45 – Geração de alternativa – Look 24
Fonte: Do autor (2014).



Figura 46 – Geração de alternativa – Look 25
Fonte: Do autor (2014).

4.9 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS

Look 01 – Aspectos Contemplados

Funcionais /
Ergonômicos

O vestido é composto de saias sobrepostas amplas e fluídas que facilitam os movimentos das pernas na posição sentada e o comprimento abaixo dos joelhos evita expor muito as pernas conforme os movimentos ao tocar o instrumento. A parte superior privilegia a movimentação dos ombros e dos braços.

Estéticos /
Simbólicos

As alças em "X" na frente criam uma linha alongada que é valorizada com detalhes drapeados na região do busto e das costas. Os tecidos da saia são plissados e bicolores nas tonalidades de vermelho e branco.

Look 03 – Aspectos Contemplados



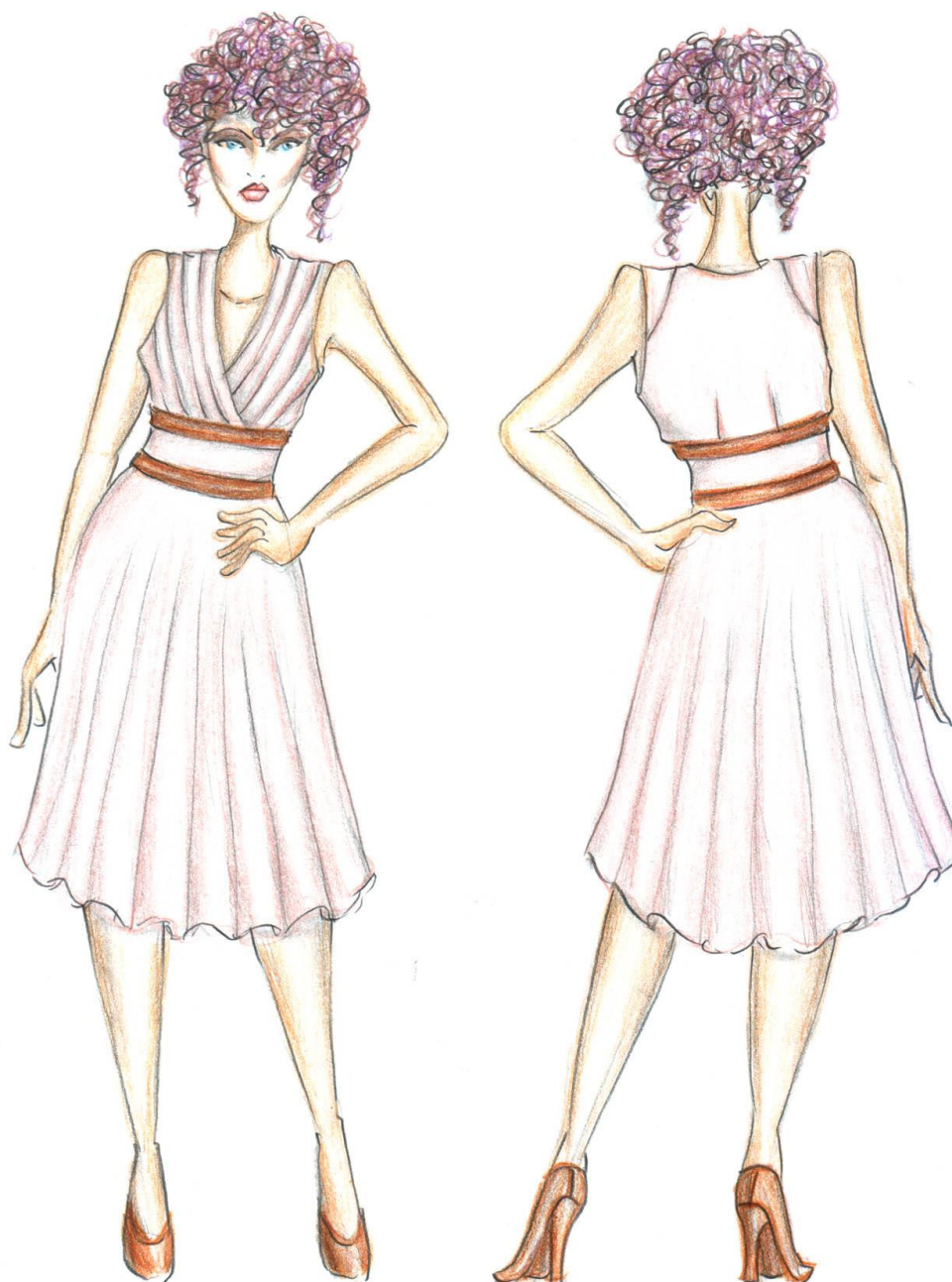
Funcionais /
Ergonômicos

A camisa possui detalhe vazado nas costas que facilita a movimentação dos ombros. Na calça, os joelhos possuem abertura na parte frontal para facilitar a acomodação das pernas quando se senta.

Estéticos /
Simbólicos

As mangas confeccionadas com renda e o desenho diferenciado nas cavas promovem uma estética diferenciada ao modelo.

Look 06 – Aspectos Contemplados



Funcionais /
Ergonômicos

O vestido possui pregas na parte das costas, na região dos ombros, para facilitar a movimentação. A saia na linha ampla permite conforto e boa mobilidade para as pernas.

Estéticos /
Simbólicos

O decote em “V” articulado com pregas proporciona volume e graciosidade. As faixas em tom mais escuro promovem segurança à região da cintura. A saia fluída garante um ar romântico ao modelo.

Look 09 – Aspectos Contemplados

Funcionais /
Ergonômicos

As nervuras na região dos ombros são articuladas e confeccionadas para possibilitar maior mobilidade, facilitando a *performance* da instrumentista.

Estéticos /
Simbólicos

Nervuras nos punhos da camisa e na barra da calça promovem efeito estético diferenciado às peças.

Look 10 – Aspectos Contemplados



Funcionais /
Ergonômicos

A regata com detalhe em gota nas costas permite liberdade nos movimentos e proporciona o conforto necessário para a violinista. O comprimento da saia abaixo dos joelhos garante a segurança ao se sentar.

Estéticos /
Simbólicos

Aplicações em renda na regata e nos recortes laterais da saia promovem efeito estético que alonga a silhueta do corpo.

Look 13 – Aspectos Contemplados



Funcionais /
Ergonômicos

A blusa não contém mangas para permitir a boa mobilidade dos braços. Já a calça possui uma linha ampla que permite uma boa mobilidade para as pernas.

Estéticos /
Simbólicos

A blusa possui pregas que saem da parte dos ombros. Mesmo sendo uma única estrutura, a blusa cria um efeito de sobreposição de duas peças preso a um cinto.

Look 14 – Aspectos Contemplados



Funcionais /
Ergonômicos

Punhos mais altos na blusa permitem maior segurança de controle na manipulação do instrumento. A saia plissada promove segurança e mobilidade das pernas.

Estéticos /
Simbólicos

A composição da renda da blusa junto ao tratamento plissado da saia oferece um efeito de mistura de texturas que valorizam o conjunto. Detalhes em elásticos trançados nos punhos da blusa também são aplicados para agregar valor maior ao modelo.

Look 16 – Aspectos Contemplados



Funcionais /
Ergonômicos

A manga raglã da camisa é aplicada para facilitar os movimentos dos braços. Os recortes frontais possuem acabamentos em pequenas aberturas na barra da peça, que permitem boa movimentação e ajuste ao corpo.

Estéticos /
Simbólicos

A aplicação de renda nas mangas e o detalhe com elásticos trançados nos punhos surgem como diferenciais estéticos nas peças. A combinação da tonalidade escura da camisa com a cor clara da saia promove um visual clássico e elegante.

Look 19 – Aspectos Contemplados

Funcionais /
Ergonômicos

A pala diferenciada e arredondada nas costas da camisa e os recortes aplicados na calça facilitam a movimentação do corpo. Os punhos largos também promovem maior segurança ao tocar o instrumento musical.

Estéticos /
Simbólicos

A fluidez do tecido aplicado nas costas da camisa, o efeito plissado e os recortes da calça, oferecem uma linha estética inovadora às estruturas das peças.

Look 22 – Aspectos Contemplados



Funcionais /
Ergonômicos

A camisa possui mini-pregas nas costas que proporcionam maior mobilidade na região dos ombros. Os punhos mais largos também garantem maior segurança na manipulação do instrumento musical.

Estéticos /
Simbólicos

A calça possui recortes acima dos joelhos que acompanham os recortes frontais da camisa, causando um efeito de prolongamento na estética visual da combinação das peças.

Look 24 – Aspectos Contemplados



Funcionais /
Ergonômicos

A blusa possui uma linha ampla abaixo do busto que proporciona conforto ao corpo. As aberturas diagonais nas costas permitem a boa mobilidade na região dos ombros.

Estéticos /
Simbólicos

O efeito em franzido na parte do busto e a fluidez nas barras das mangas e da blusa, promovem movimento e visual contemporâneo ao conjunto.

Look 25 – Aspectos Contemplados



Funcionais /
Ergonômicos

O vestido com decote “V”, a abertura profunda nas costas e a saia ampla permitem a boa mobilidade em toda a região do corpo. O comprimento da saia também propicia segurança para a instrumentista quando sentada.

Estéticos /
Simbólicos

A combinação da cor azul com o detalhe em cristais, na parte central do busto aplicada com manta termocolante, impõe sofisticação e requinte ao modelo.

4.10 FICHAS TÉCNICAS DOS LOOKS CONFECCIONADOS

4.10.1 FICHAS TÉCNICAS DO LOOK 1

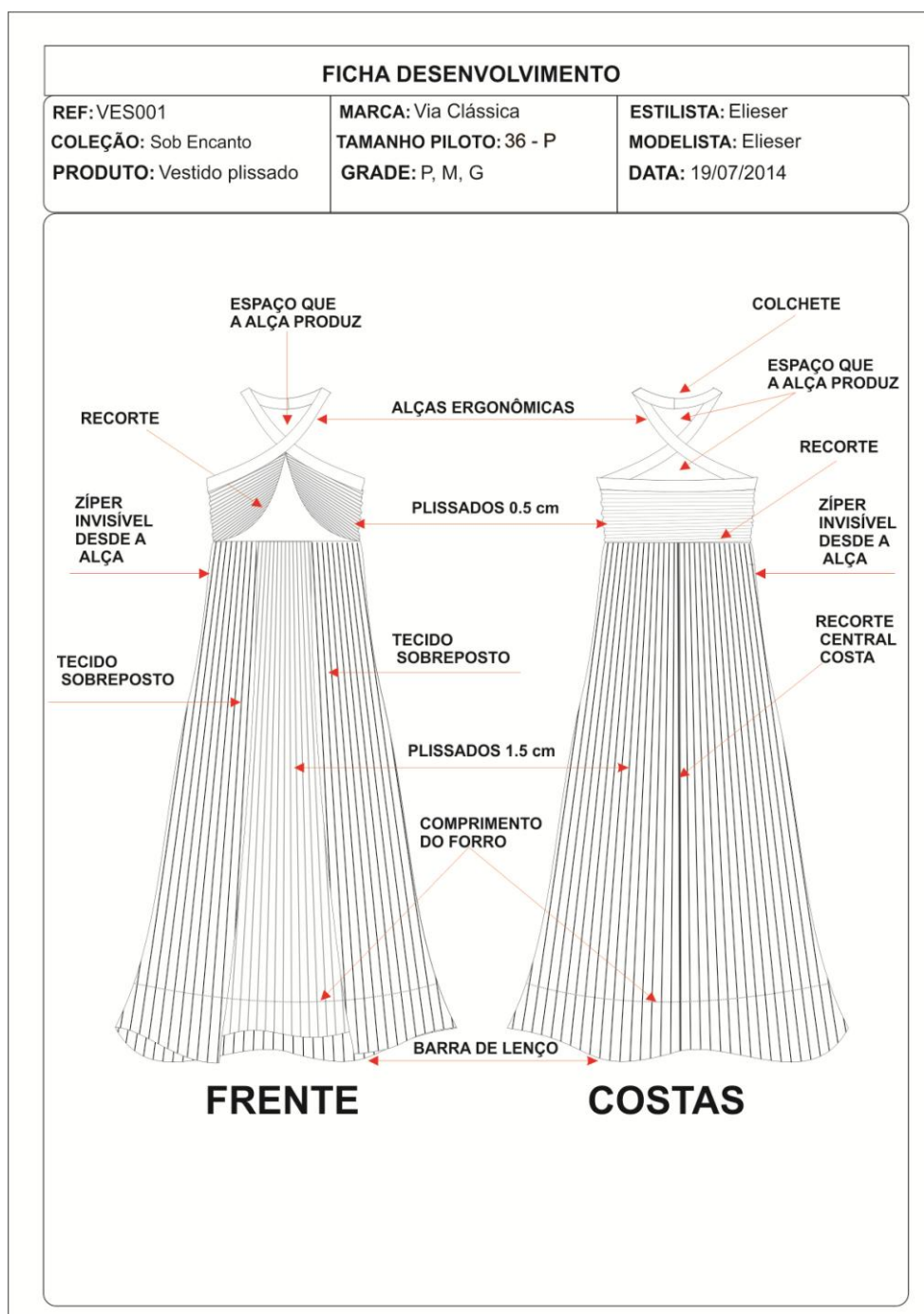


Figura 47 – Ficha técnica – vestido plissado (folha 1)

Fonte: Do autor (2014).

SEQUÊNCIA OPERACIONAL - VES001 - Vestido plissado		
No	Operação	Máquina
1	Unir recortes da base do busto	Reta
2	Alinhar tecido busto (drapeado frente e costas)	Reta
3	Embutir recorte central do busto com laterais (frente)	Reta
4	Pregar tiras do decote/ frente e costas separadamente	Reta
5	Unir centro costa (tecido e forro) c/ costura embutida deixando espaço reservado do zíper em uma lateral	Reta
6	Unir saia c/ top - tecido e forro - frente e costas	Reta
7	Fazer acabamento da união com viés	Reta
8	Pregar zíper invisível	Reta
9	Fazer barra de lenço no vestido	Reta
10	Fazer barra do forro	Galoneira
11	Pregar gancho na alça	Mão
12	Passar	Ferro de passar

Figura 49 – Ficha técnica – vestido plissado (folha 3)
Fonte: Do autor (2014).

4.10.2 FICHAS TÉCNICAS DO LOOK 2

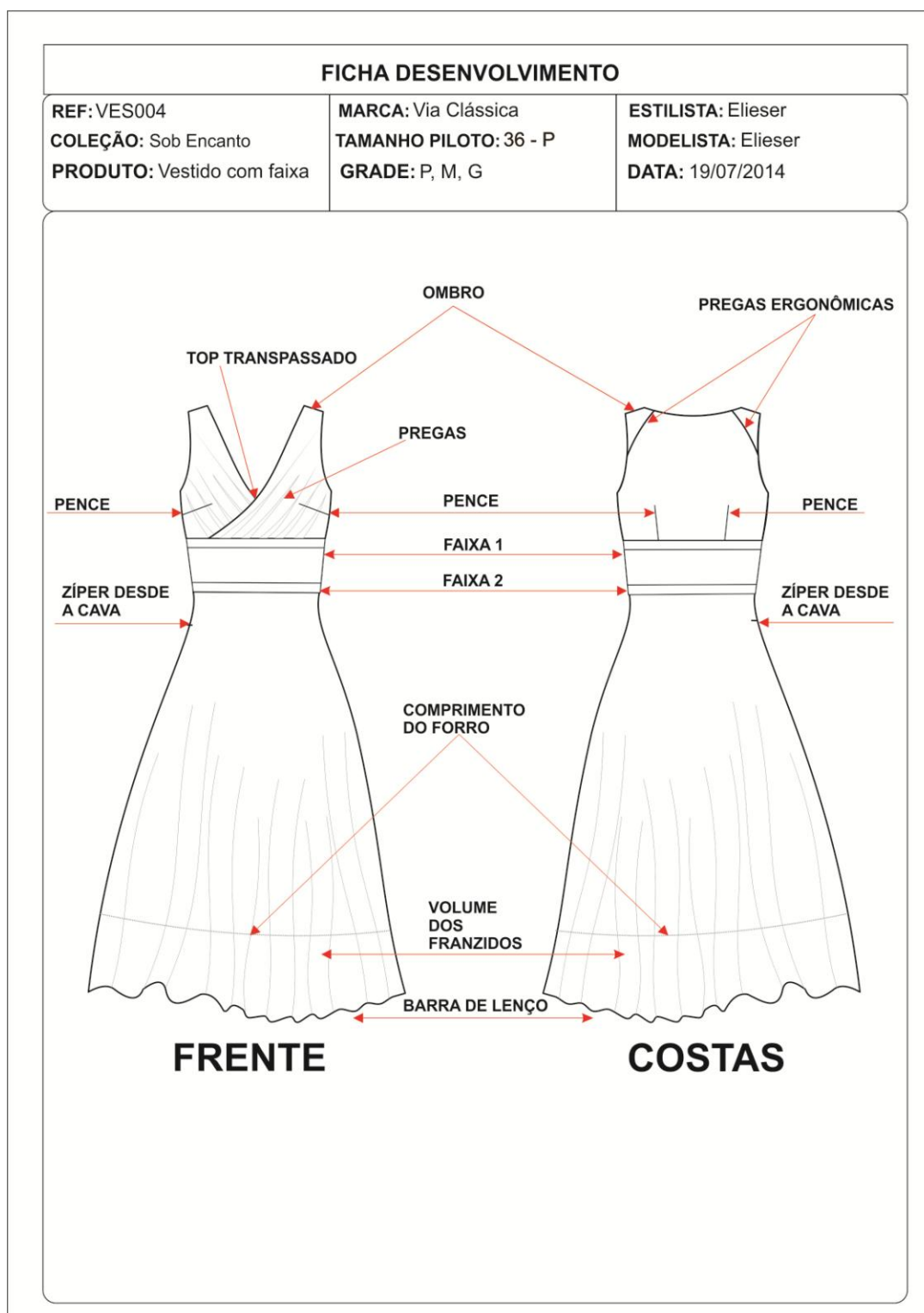


Figura 50 – Ficha técnica – vestido com faixa (folha 1)
 Fonte: Do autor (2014).


TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Crepe madame	Indireto	100% poliéster	3 metros	R\$ 8,90
Helanca Light	Indireto	100% poliéster	0,65 metros	R\$ 6,50
Cetim com elastano	Indireto	95% poliéster/ 05% elastano	0,25 metros	R\$ 7,50
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Zíper	Indireto	cinza	1	R\$ 1,00
Linha	Indireto	cinza	160 metros	R\$ 1,20 m
Entretela	Indireto	branca	0,25 metros	R\$ 7,50 m
Fio	Indireto	branco	8 metros	R\$ 1,20 m
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta	Indireto	branco	1	R\$ 0,12
Embalagem	Indireto	preto	1	R\$ 3,00
VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 51 – Ficha técnica – vestido com faixa (folha 2)
 Fonte: Do autor (2014).

SEQUÊNCIA OPERACIONAL - VES004 - Vestido com faixa		
No	Operação	Máquina
1	Fazer pences/ costas e frente	Reta
2	Alinhar pregas das costas	Reta
3	Unir ombro/tecido e forro	Reta
4	Embutir top (frente com costas)	Reta
5	Alinhar pregas com base (frente)	Reta
6	Unir laterais do top(tecido e forro)	Reta
7	Unir laterais saia c/ costura embutida(tecido e forro)	Reta
8	Pregar faixa unindo top com saia	Reta
9	Pregar forro	Reta
10	Pregar o zíper	Reta
11	Fazer barra de lenço no vestido	Reta
12	Fazer barra do forro	Galoneira
13	Passar	Ferro de passar

Figura 52 – Ficha técnica – vestido com faixa (folha 3)
Fonte: Do autor (2014).

4.10.3 FICHAS TÉCNICAS DO TOP LOOK 3

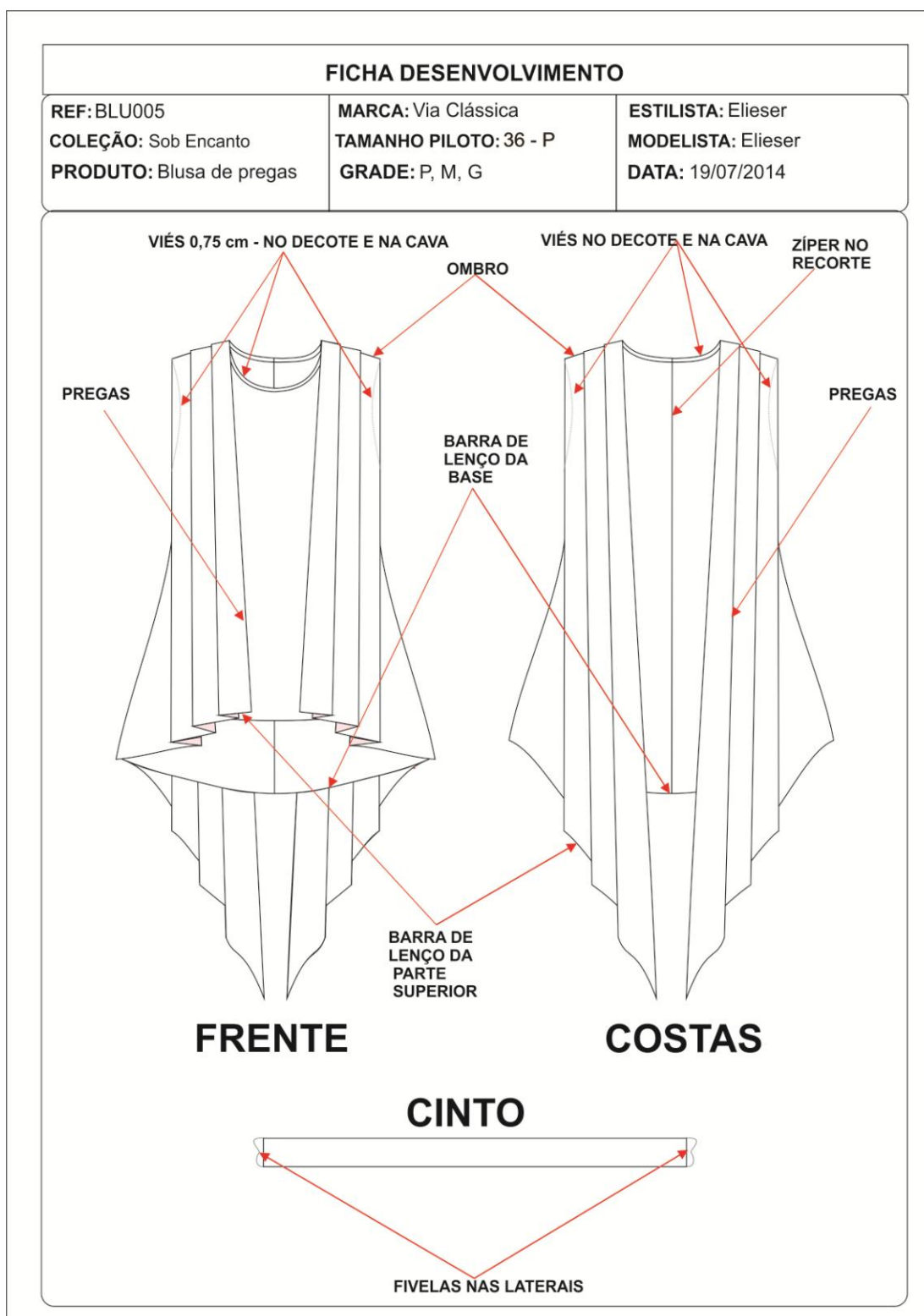


Figura 53 – Ficha técnica – blusa de pregas (folha 1)
Fonte: Do autor (2014).

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Multi Chiffon	Indireto	100% poliéster	2 metros	R\$ 8,90

AMOSTRAS				

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Zíper	Indireto	nude rosado	1	R\$ 1,00
Linha	Indireto	nude rosado	120 metros	R\$ 1,20 m
Fivela	Indireto	dourada	120 metros	R\$ 6,00

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta	Indireto	branco	1	R\$ 0,12
Embalagem	Indireto	preto	1	R\$ 3,00

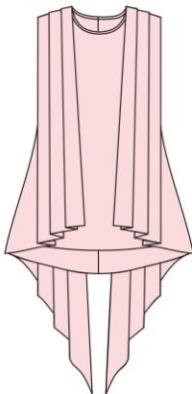

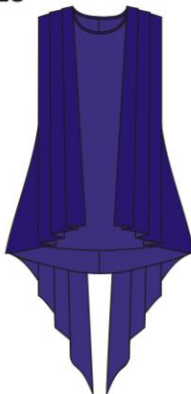
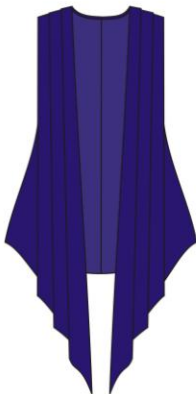
VARIAÇÃO CORES			
			

Figura 54 – Ficha técnica – blusa de pregas (folha 2)

Fonte: Do autor (2014).

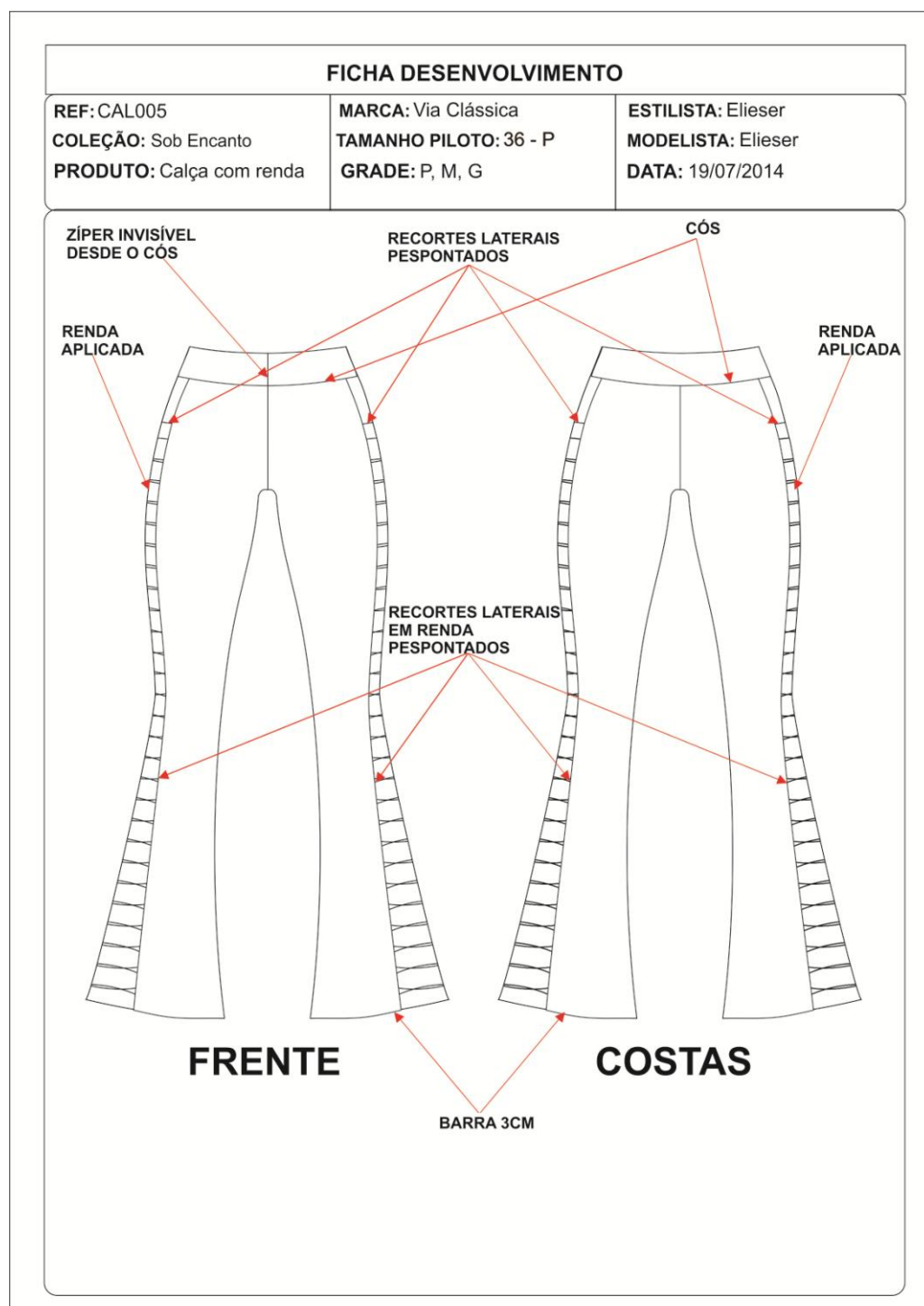
4.10.4 FICHAS TÉCNICAS DO *BOTTOM LOOK 3*

Figura 56 – Ficha técnica – calça com renda (folha 1)

Fonte: Do autor (2014).


TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Renda	Indireto	100% poliéster	0,25 metros	R\$ 25,90
Sarja super acetinada	Indireto	50% poliéster/ 05% elastano/ 45% algodão	1,30 metros	R\$ 6,50
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Zíper	Indireto	preto	1	R\$ 1,00
Linha	Indireto	preta	250 metros	R\$ 1,20 m
Fio	Indireto	preto	180 metros	R\$ 1,20 m
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta	Indireto	branco	1	R\$ 0,12
Embalagem	Indireto	preto	1	R\$ 3,00
VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 57 – Ficha técnica – calça com renda (folha 2)
 Fonte: Do autor (2014).

SEQUÊNCIA OPERACIONAL - CAL005 - Calça com renda		
No	Operação	Máquina
1	Unir renda com recorte lateral pequeno	Reta
2	Overlocar recorte lateral pequeno	Overloque
3	Unir recortes laterais frente/lateral/costas	Reta
4	Overlocar recortes laterais frente/lateral/costas	Overloque
5	Pespontar recortes laterais frente/lateral/costas	Reta
6	Unir costas	Reta
7	Overlocar centro costas	Overloque
8	Overlocar centro frente	Overloque
9	Unir centro frente deixando espaço para pregar o zíper	Reta
10	Pregar cós	Reta
11	Pregar zíper invisível	Reta
12	Pespontar cós	Reta
13	Unir entrepernas	Reta
14	Overlocar entrepernas	Overloque
15	Fazer barra	Galoneira
16	Passar	Ferro de passar

Figura 58 – Ficha técnica – calça com renda (folha 3)
Fonte: Do autor (2014).

4.10.5 FICHAS TÉCNICAS DO TOP LOOK 4

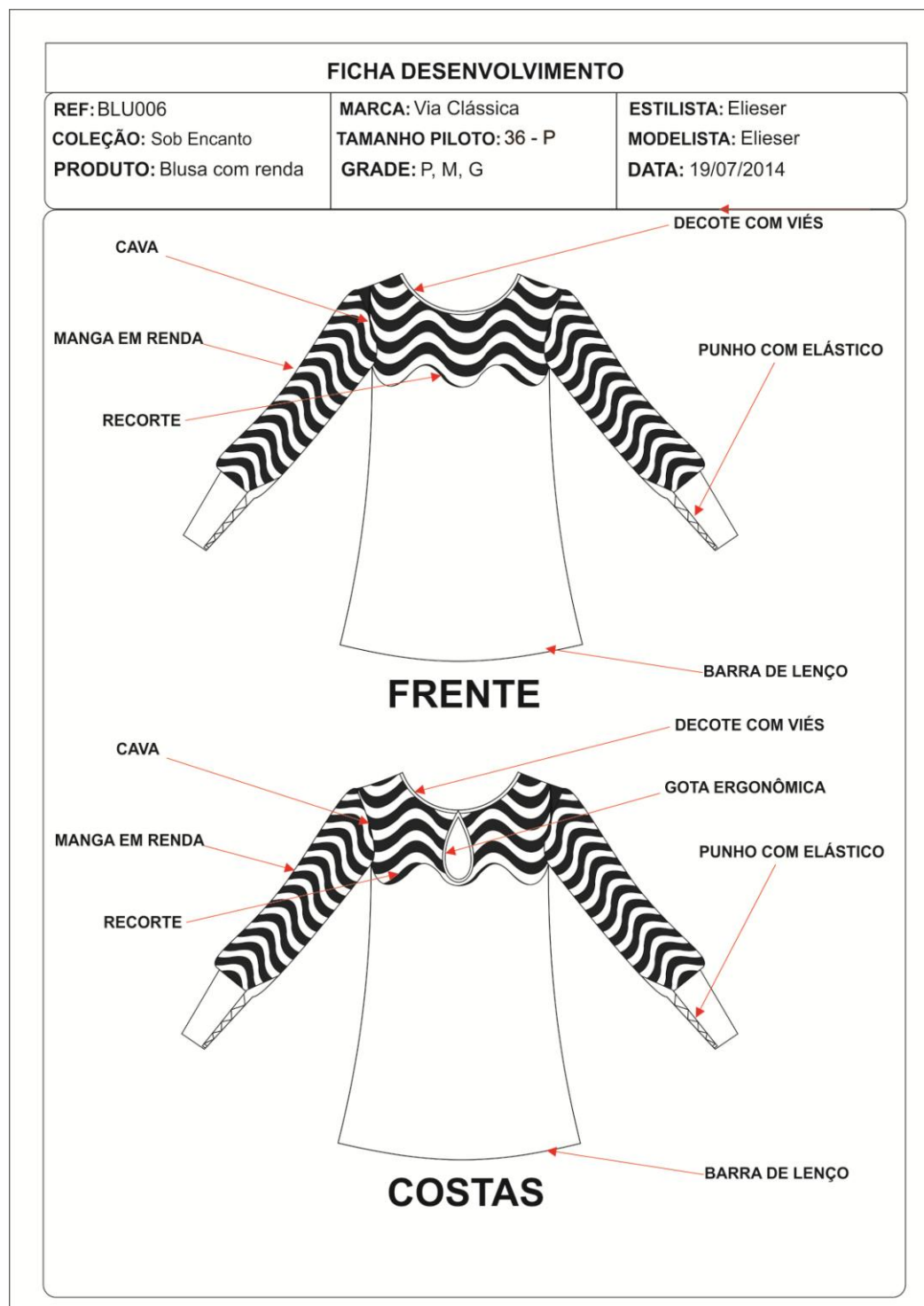


Figura 59 – Ficha técnica – blusa com renda (folha 1)
 Fonte: Do autor (2014).



TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Cetim toque de seda	Indireto	100% poliéster	0,50 metros	R\$ 26,90
Renda	Indireto	100% poliéster	0,65 metros	R\$ 26,50
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Barbatana	Indireto	silicone	0,25 metros	
Linha	Indireto	preta	160 metros	R\$ 1,20 m
Cordão elástico	Indireto	preto	0,80 metros	R\$ 1,10 m
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta	Indireto	branco	1	R\$ 0,12
Embalagem	Indireto	preto	1	R\$ 3,00
VARIAÇÃO CORES				
				
				

Figura 60 – Ficha Técnica – blusa com renda (folha 2)
 Fonte: Do autor (2014).

SEQUÊNCIA OPERACIONAL - BLU006 -Blusa com renda		
No	Operação	Máquina
1	Unir recortes frente e costas	Reta
2	Fazer acabamento da gota nas costas	Reta
3	Unir um lado do ombro com costura embutida	Reta
4	Pregar viés no decote frente e costas	Reta
5	Unir outro lado do ombro com costura embutida	Reta
6	Pregar mangas	Reta
7	Fazer acabamento da união mangas com viés	Reta
8	Unir laterais	Reta
9	Fazer acabamento da união das laterais com viés	Reta
10	Fazer e pregar punhos	Reta
11	Fazer acabamento do punho com viés	Reta
12	Fazer barra da blusa	Reta
13	Passar	Ferro de passar

Figura 61 – Ficha Técnica – blusa com renda (folha 3)
Fonte: Do autor (2014).

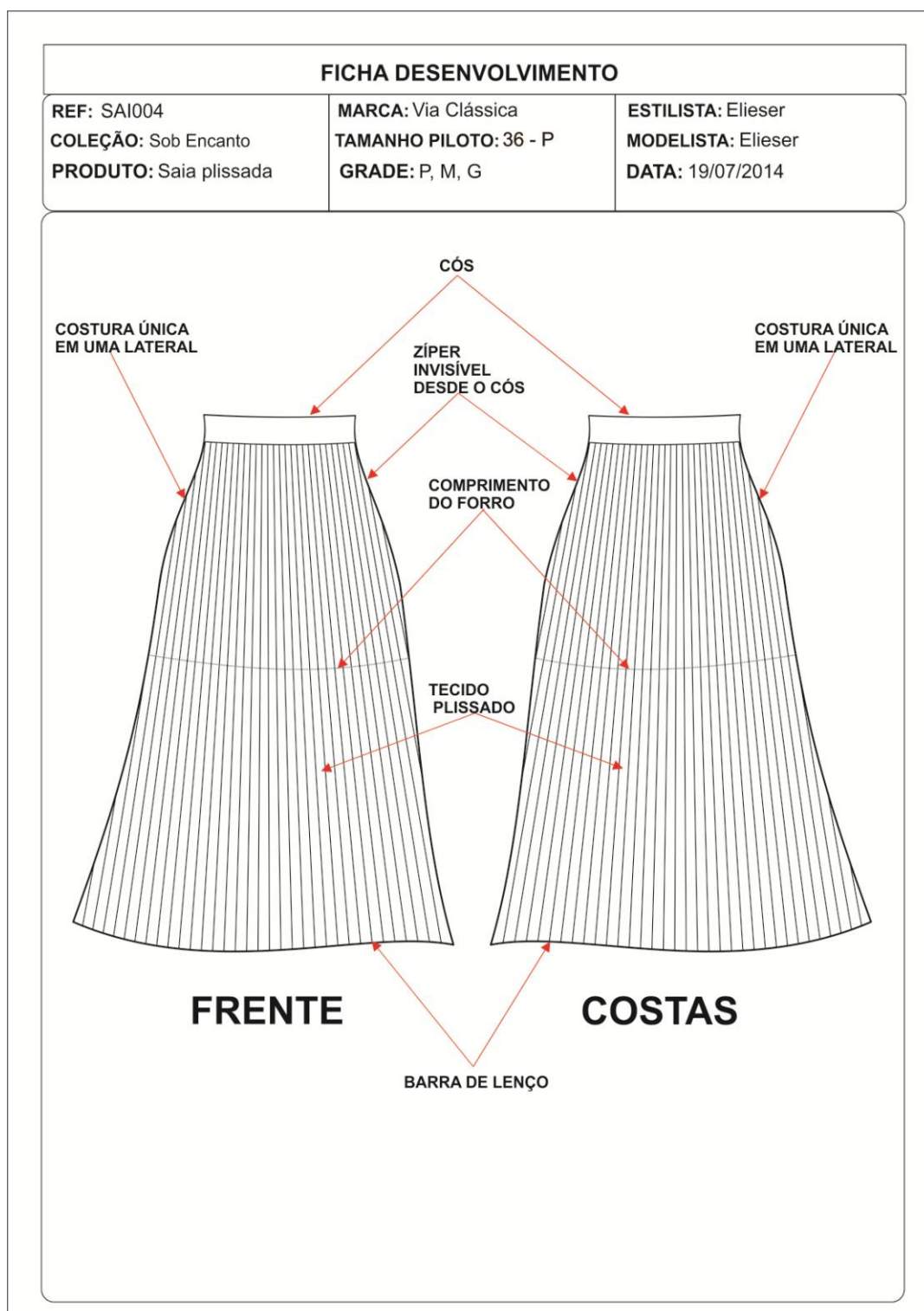
4.10.6 FICHAS TÉCNICAS DO *BOTTOM LOOK 4*

Figura 62 – Ficha Técnica – saia plissada (folha 1)
Fonte: Do autor (2014).

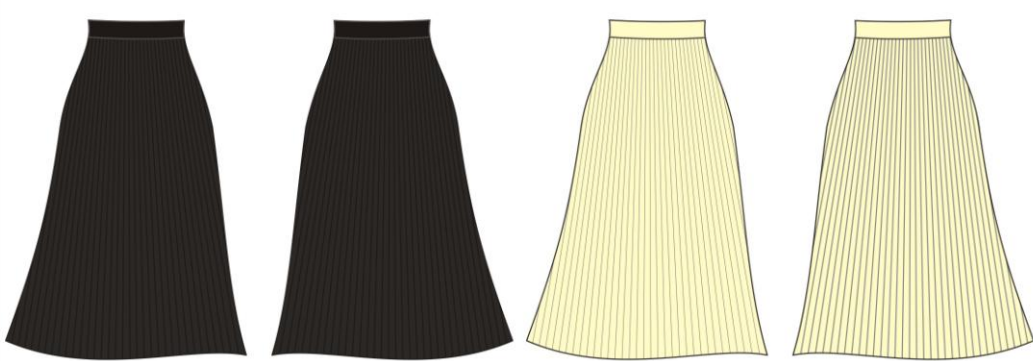
TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Cetim toque de seda	Indireto	100% poliéster	2 metros	R\$ 26,90
Helanca Ligh	Indireto	100% poliéster	0,75 metros	R\$ 6,50

AMOSTRAS

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Zíper	Indireto	preto	1	R\$ 1,00
Linha	Indireto	preta	120 metros	R\$ 1,20 m
Fio	Indireto	preto	12 metros	R\$ 1,20 m

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta	Indireto	branco	1	R\$ 0,12
Embalagem	Indireto	preto	1	R\$ 3,00

VARIAÇÃO CORES



The image shows four technical drawings of a pleated skirt, arranged horizontally. The first two drawings are black, and the last two are yellow. Each drawing shows the skirt from a side profile, highlighting the pleated texture and the flared hem. The waistband is a simple elasticated band.

Figura 63 – Ficha técnica – saia plissada (folha 2)
 Fonte: Do autor (2014).

4.10.7 FICHAS TÉCNICAS DO TOP LOOK 5

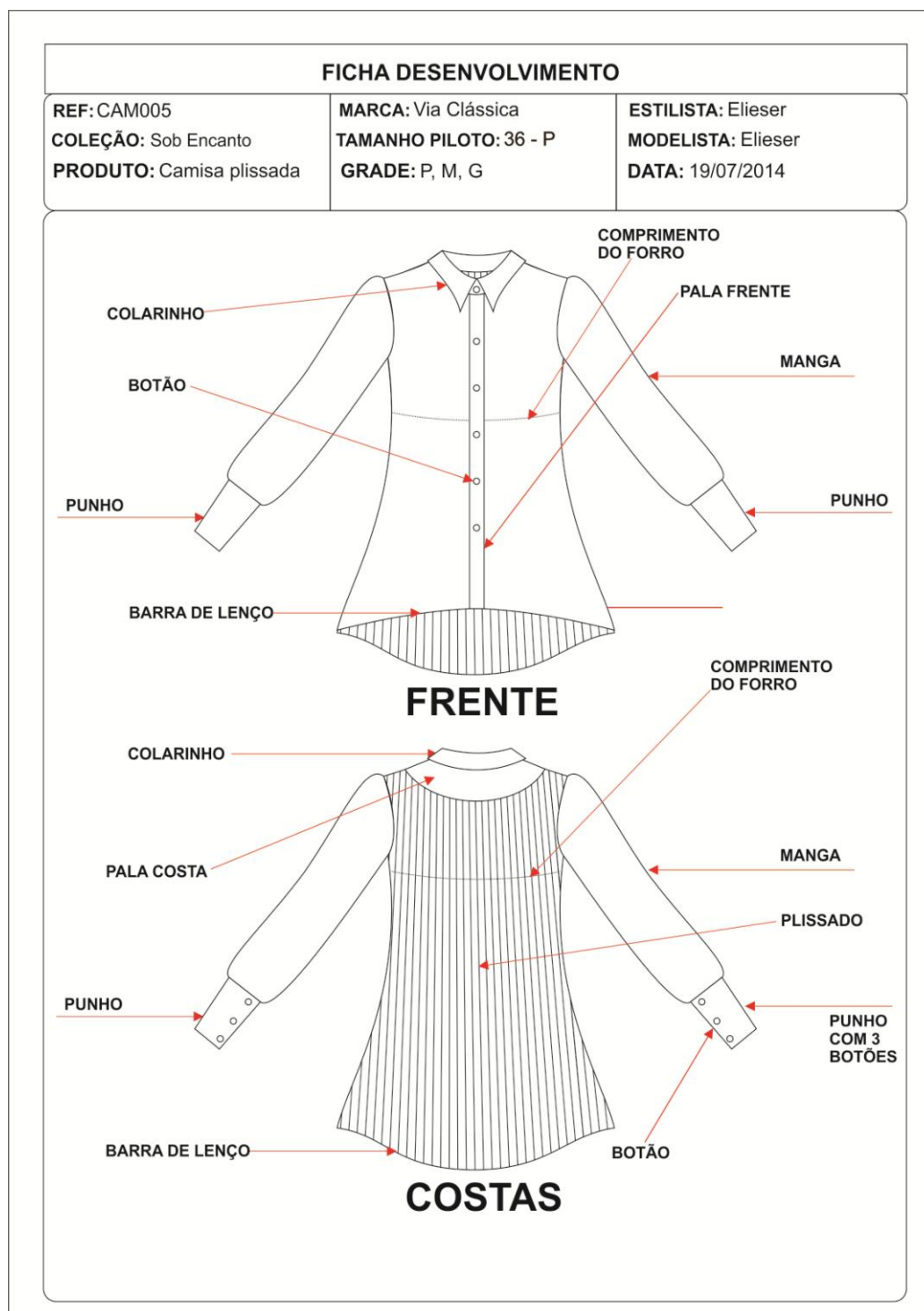


Figura 65 – Ficha técnica – camisa plissada (folha 1)
 Fonte: Do autor (2014).


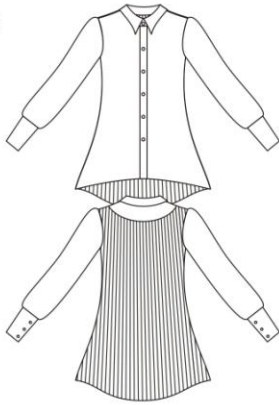
TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Voil brilho	Indireto	100% poliéster	2 metros	R\$ 18,50
Helanca Light	Indireto	100% poliéster	0,40 metros	R\$ 6,50
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão	Indireto	verde	13	R\$ 0,40
Linha	Indireto	verde	250 metros	R\$ 1,20 m
Fio	Indireto	verde	100 metros	R\$ 1,20 m
Entretela	Indireto	preta	0,30 metros	R\$ 7,50 m
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta	Indireto	branco	1	R\$ 0,12
Embalagem	Indireto	preto	1	R\$ 3,00
VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 66 – Ficha técnica – camisa plissada (folha2)
 Fonte: Do autor (2014).

SEQUÊNCIA OPERACIONAL - CAM005 - Camisa plissada		
No	Operação	Máquina
1	Alinhar forro com tecido frente e costas	Reta
2	Pespontar pala frente	Reta
3	Unir recortes costas e ombro	Reta
4	Overlocar recorte costas e ombro	Overloque
5	Pespontar recorte costas	Reta
6	Pregar mangas	Reta
7	Overlocar mangas	Overloque
8	Unir laterais	Reta
9	Overlocar laterais	Overloque
10	Fazer abertura punho manga	Reta
11	Fazer punhos	Reta
12	Fazer colarinho	Reta
13	Pregar colarinho e pespontar	Reta
14	Pregar punhos e pespontar	Reta
15	Fazer barra de lenço	Reta
16	Passar	Ferro de passar

Figura 67 – Ficha técnica – camisa plissada (folha 3)
Fonte: Do autor (2014).

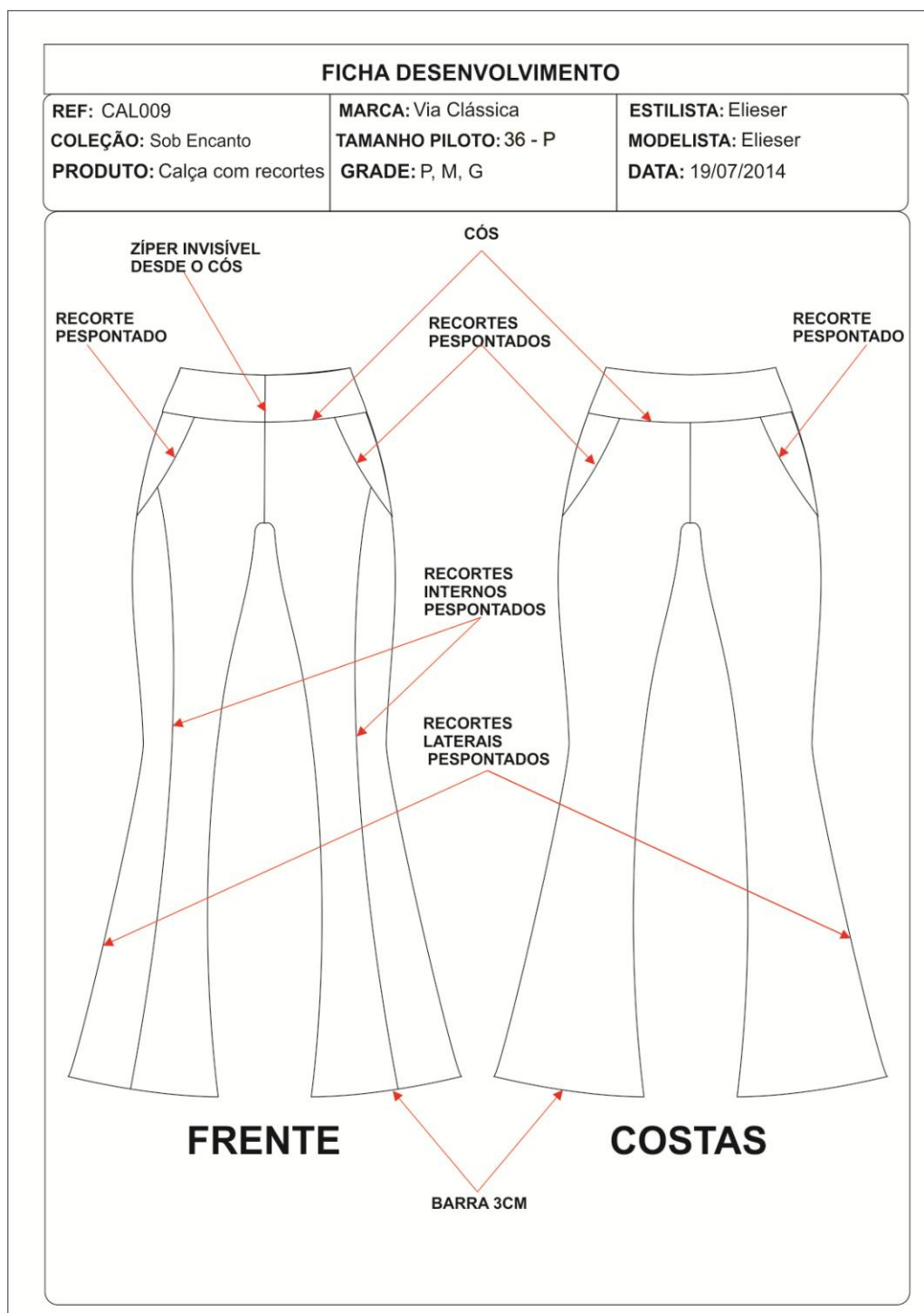
4.10.8 FICHAS TÉCNICAS DO *BOTTOM LOOK 5*

Figura 68 – Ficha técnica – calça com recortes (folha 1)
 Fonte: Do autor (2014).


TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Alfaiataria Dior	Indireto	42% poliéster/ 08% elastano/ 50% algodão	1,20 metro	R\$ 47,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Zíper	Indireto	pérola	1	R\$ 1,00
Linha	Indireto	pérola	150 metros	R\$ 1,20 m
Fio	Indireto	pérola	160 metros	R\$ 1,20 m
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta	Indireto	branco	1	R\$ 0,12
Embalagem	Indireto	preto	1	R\$ 3,00
VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 69 – Ficha técnica – calça com recortes (folha 2)
Fonte: Do autor (2014).

SEQUÊNCIA OPERACIONAL - CAL009 - Calça com recortes		
No	Operação	Máquina
1	Unir recortes frente	Reta
2	Unir laterais	Reta
3	Overlocar recortes e laterais	Overloque
4	Pespontar recortes e laterais	Reta
5	Unir recorte lateral	Reta
6	Overlocar recorte lateral	Overloque
7	Pespontar recorte lateral	Reta
8	Unir centro costas	Reta
9	Overlocar centro costas	Overloque
10	Unir centro frente deixando espaço para pregar o zíper	Reta
11	Pregar cós	Reta
12	Pregar zíper invisível	Reta
13	Pespontar cós	Reta
14	Unir entrepernas	Reta
15	Overlocar entrepernas	Overloque
16	Fazer barra	Reta
17	Passar	Ferro de passar

Figura 70 – Ficha técnica – calça com recortes (folha 3)
Fonte: Do autor (2014).

4.10.9 FICHAS TÉCNICAS DO LOOK 6

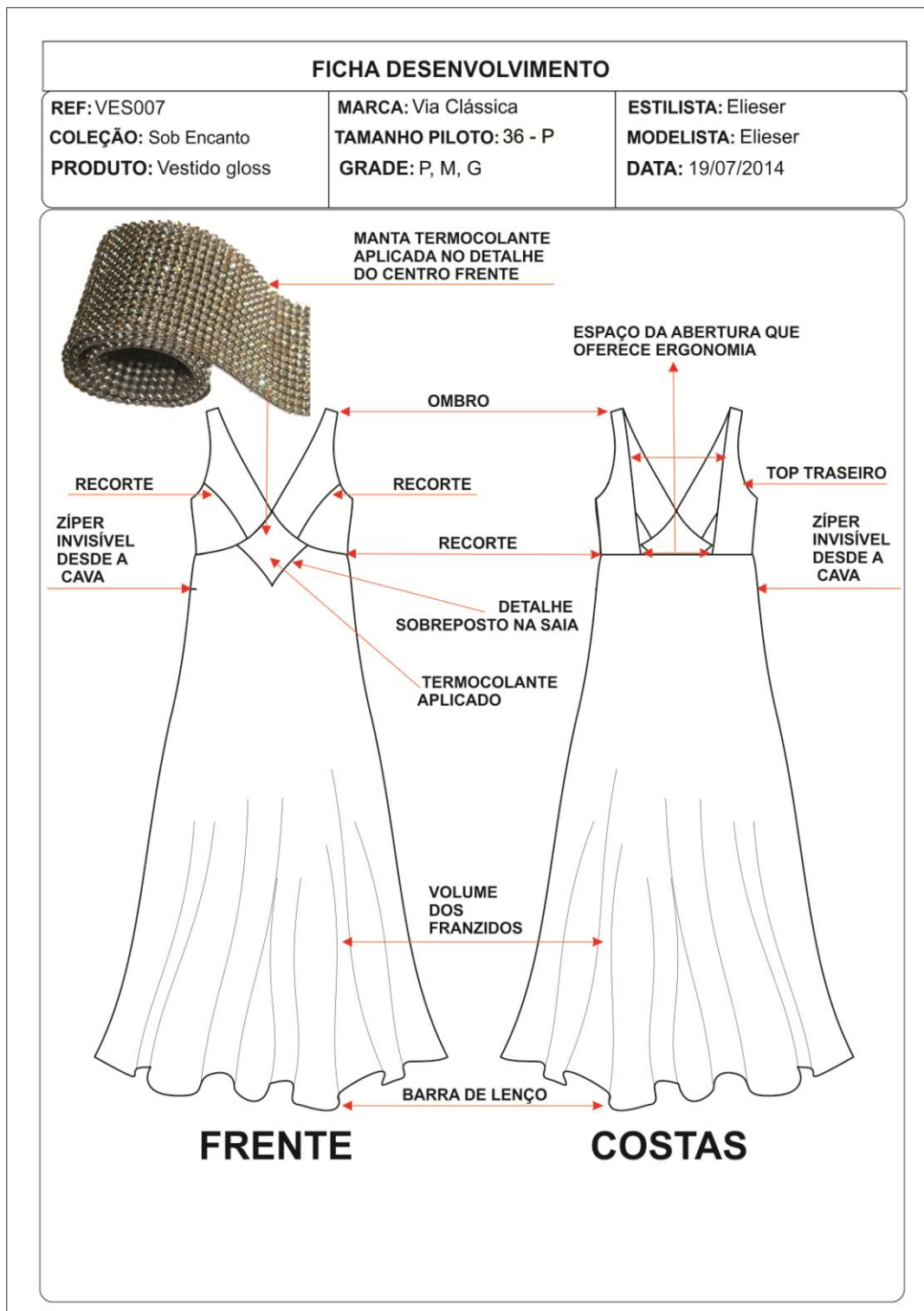


Figura 71 – Ficha técnica – vestido *gloss* (folha 1)
 Fonte: Do autor (2014).


TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Cetim light/ gloss	Indireto	97% poliéster/ 3% elastano	3,50 metros	R\$ 24,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Zipper	Indireto	azul	1	R\$ 1,00
Linha	Indireto	azul	150 metros	R\$ 1,20 m
Termocolante	Indireto	prata	0,03 metros-fileira	R\$ 7,80
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta	Indireto	branco	1	R\$ 0,12
Embalagem	Indireto	preto	1	R\$ 3,00
VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 72 – Ficha técnica – vestido *gloss* (folha 2)
 Fonte: Do autor (2014).

SEQUÊNCIA OPERACIONAL - VES007- Vestido gloss		
No	Operação	Máquina
1	Unir recorte da base do busto/tecido e forro	Reta
2	Unir ombro	Reta
3	Embutir tecido e forro da base	Reta
4	Unir detalhe decote	Reta
5	Unir laterais da saia com costura embutida	Reta
6	Unir saia c/ top - tecido e forro - frente e costas	Reta
	separadamente	
7	Overlocar recortes - top c/ saia - frente e costas	Overloque
8	Unir laterais (tecido e forro) c/ costura embutida	Reta
	deixando espaço para pregar o zíper	
9	Pregar zíper invisível	Reta
10	Fazer barra de lenço no vestido	Reta
11	Fazer barra do forro	Galoneira
12	Colar termocolante no detalhe do decote	Ferro de passar
13	Passar	Ferro de passar

Figura 73 – Ficha técnica – vestido *gloss* (folha 3)
Fonte: Do autor (2014)

4.11 PRANCHAS VISUAIS DOS LOOKS CONFECCIONADOS



Figura 74 – Prancha visual do look confeccionado – 1

Fonte: Do autor (2014).

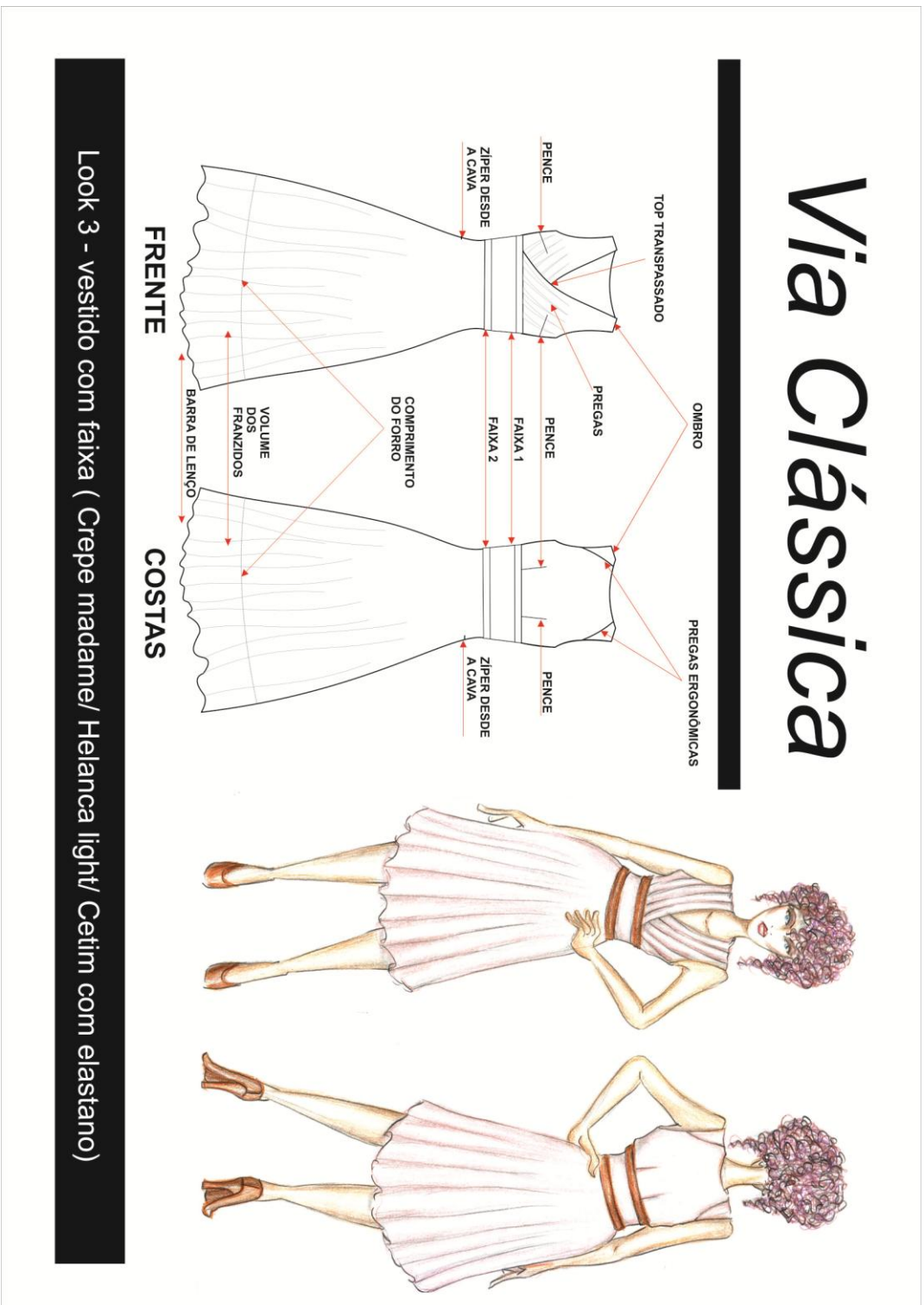
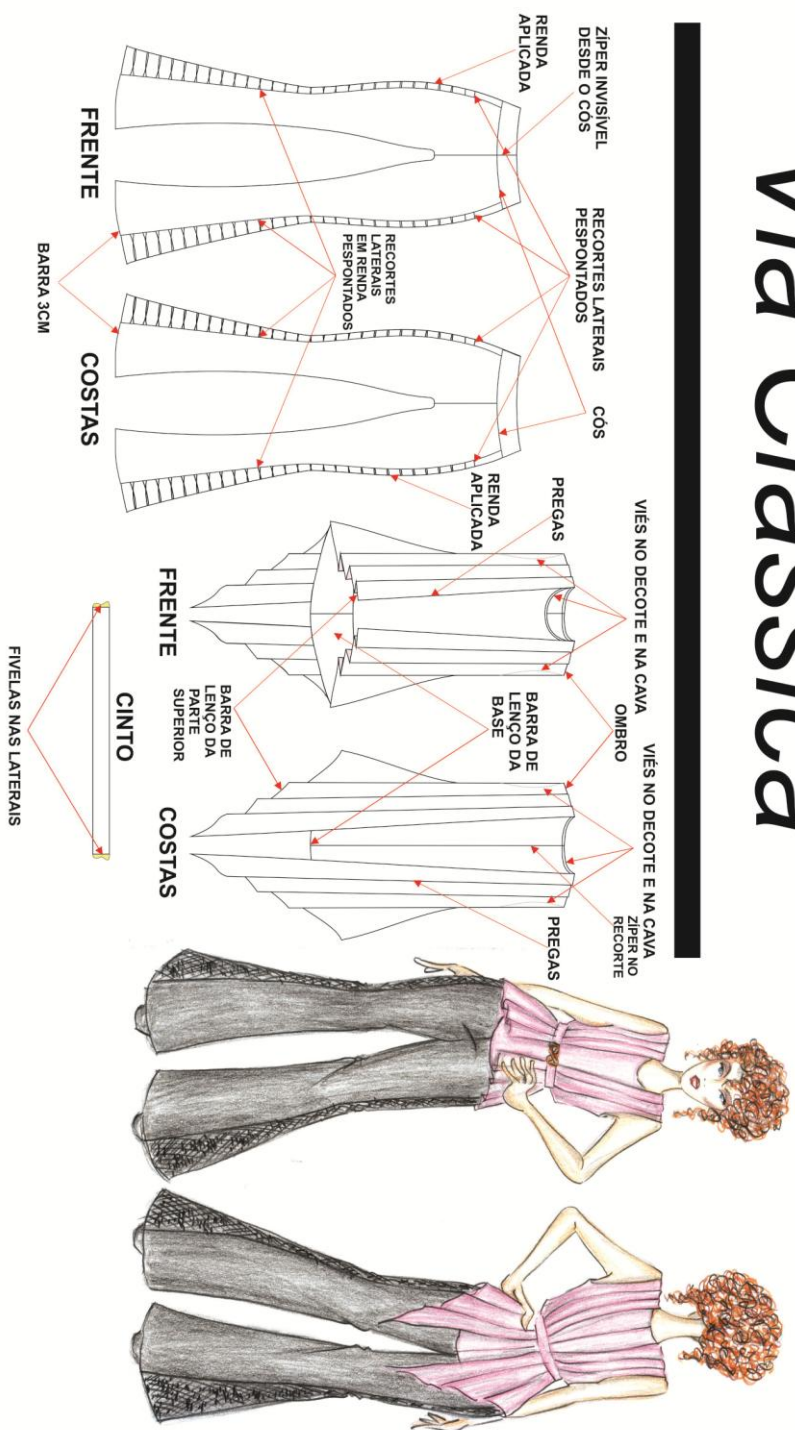


Figura 75 – Prancha visual do look confeccionado – 2

Fonte: Do autor (2014).

Via Clássica

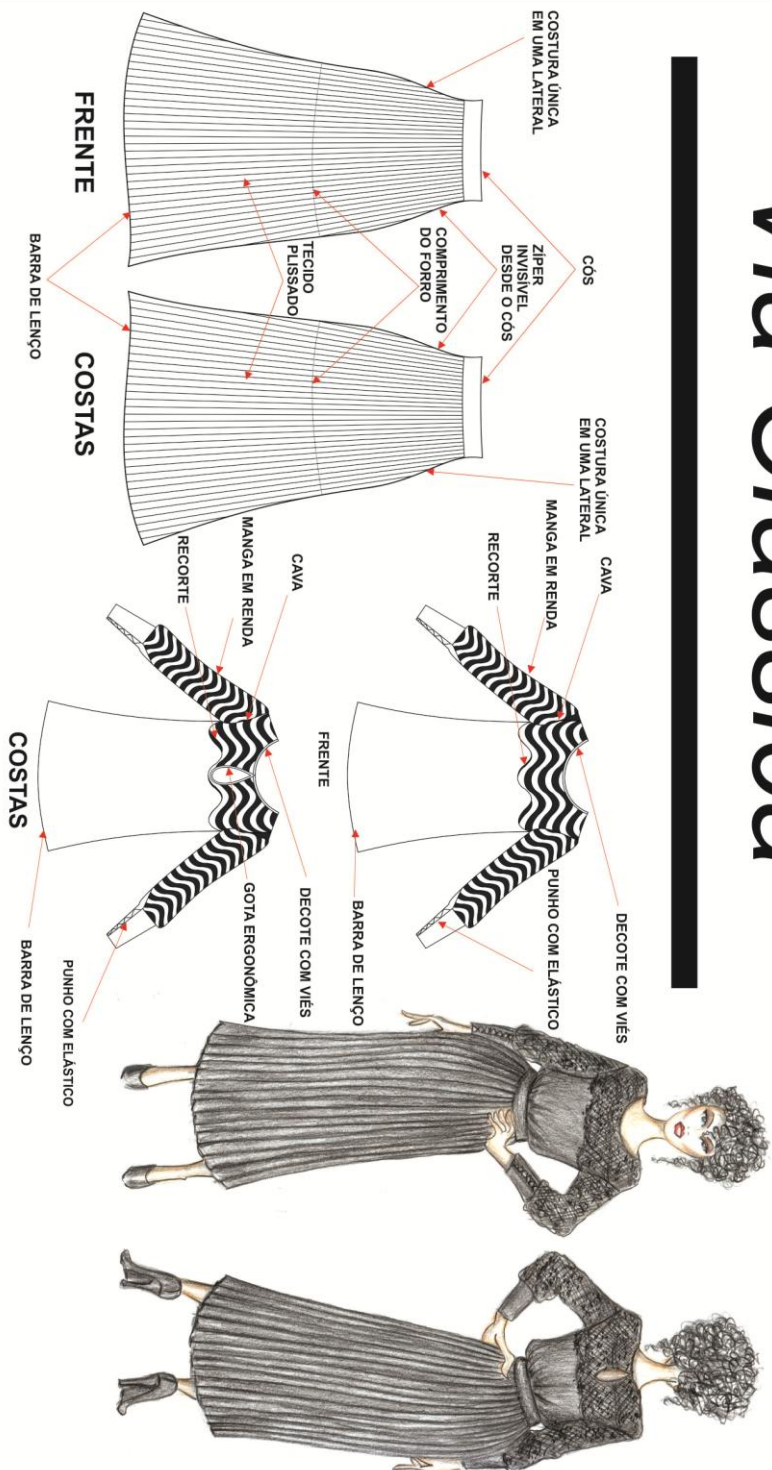


Look 2 - calça com renda (Sarja super acetinada e Renda) - blusa de pregas (Multi Chiffon)

Figura 76 – Prancha visual do look confeccionado – 3

Fonte: Do autor (2014).

Via Clássica

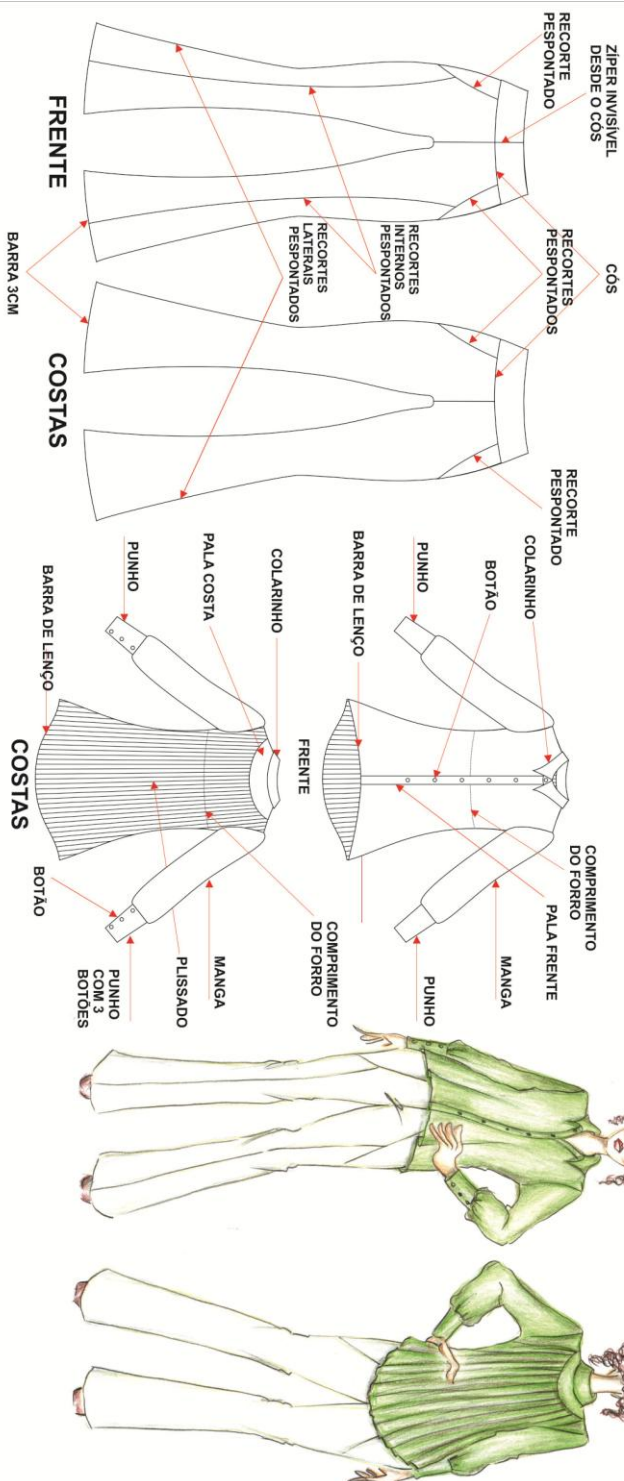


Look 6 - blusa com renda (Cetim toque de seda/Renda)
saia plissada (Cetim toque de Seda/Helanca light)

Figura 77 – Prancha visual do look confeccionado – 4

Fonte: Do autor (2014).

Via Clássica

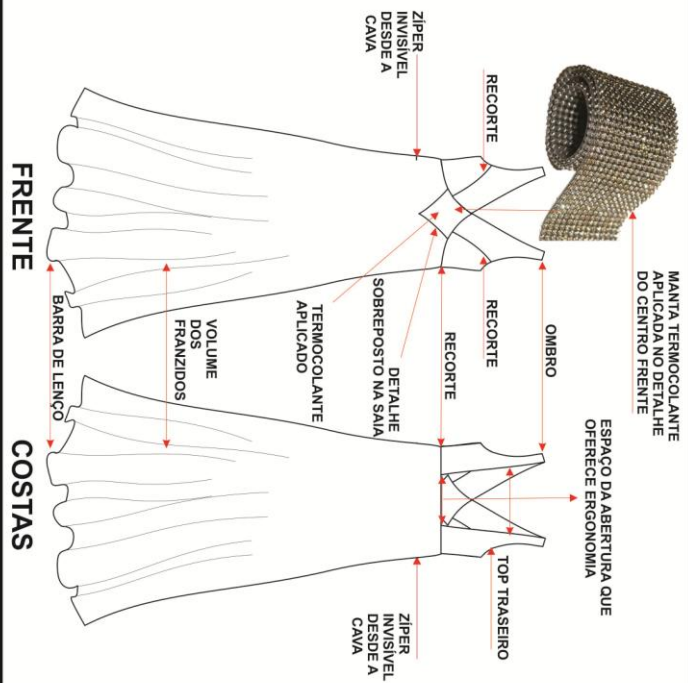


Look 4 - calça com recortes (Alfataria Dior) - camisa plissada (Voil com brilho e Helanca light)

Figura 78 – Prancha visual do look confeccionado – 5

Fonte: Do autor (2014).

Via Clássica



Look 5 - Vestido Gloss (Cetim light/Gloss)

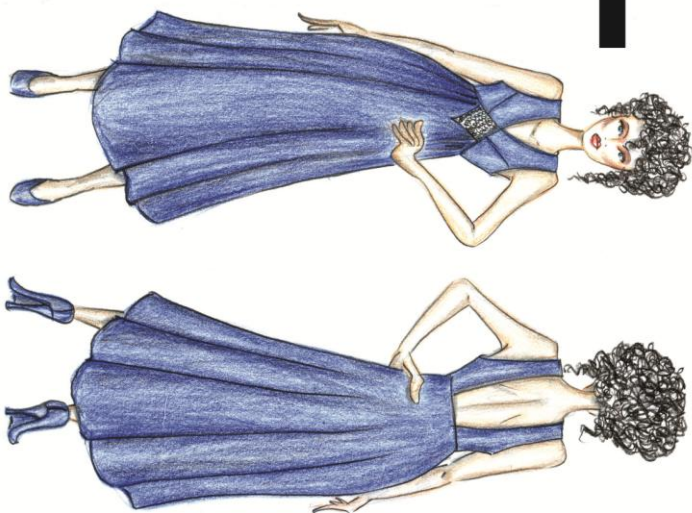


Figura 79 – Prancha visual do look confeccionado – 6

Fonte: Do autor (2014).

4.12 LOOKS CONFECCIONADOS



Figura 80 – Look confeccionado 1



Figura 81 – Look confeccionado 2



Figura 82 – Look confeccionado 3



Figura 83 – Look confeccionado 4



Figura 84 – Look confeccionado 5



Figura 85 – Look confeccionado 6

5 DOSSIÊ ELETRÔNICO (SITE)

A página inicial contém imagens empilhadas das roupas da coleção, inseridas em um mosaico no estilo *polaroid*, com *links* que direcionam para as outras páginas.

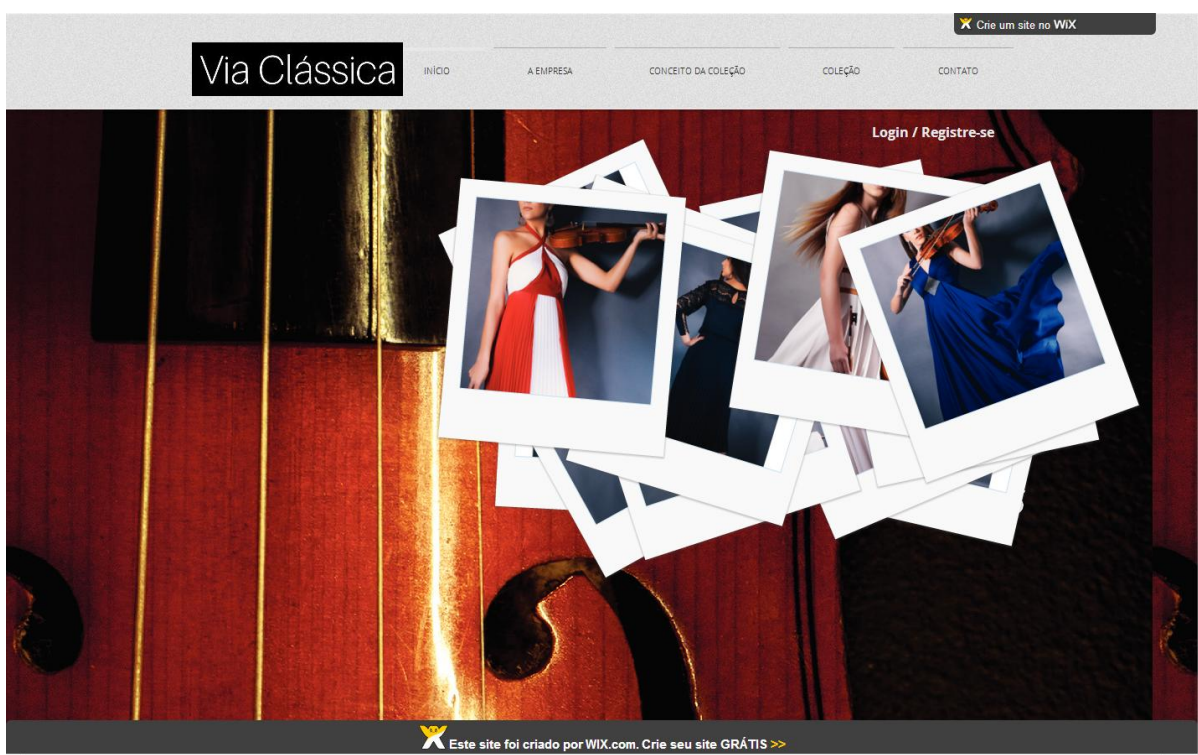


Figura 86 – Página Inicial do Site Via Clássica



Figura 87 – Segunda página do Site – A Empresa



Figura 88 – Terceira página do Site – Conceito da coleção

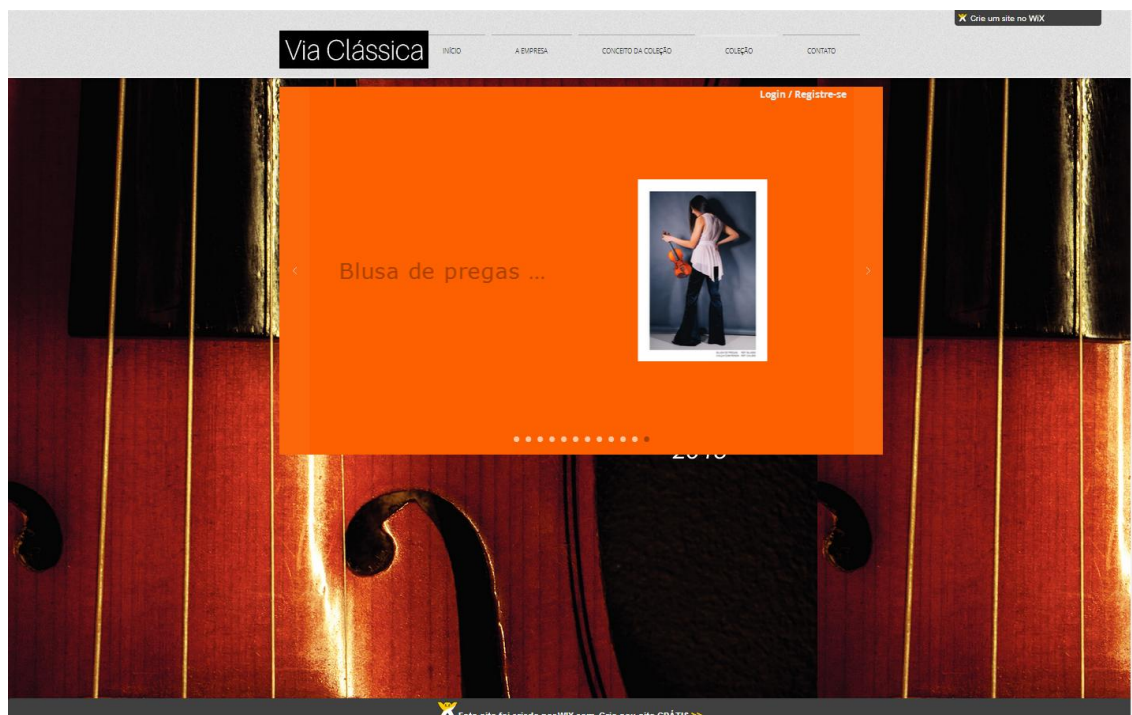


Figura 89 – Quarta página do Site – A Coleção

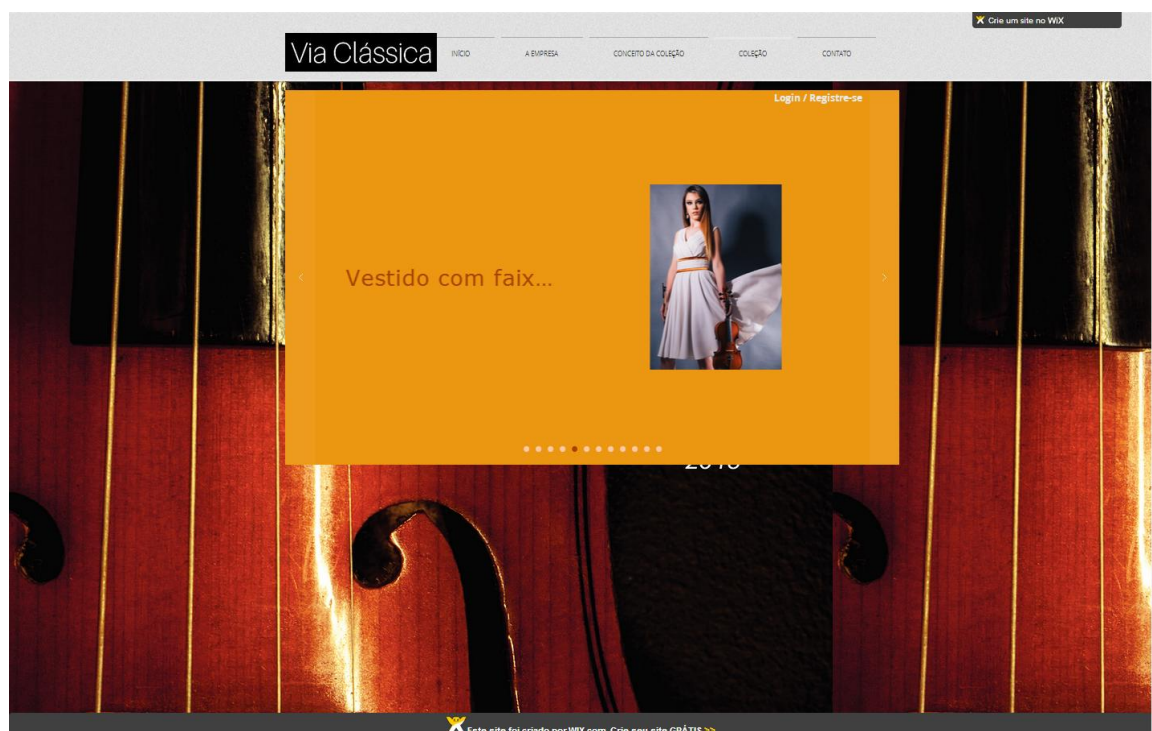


Figura 90 – Quarta página do Site – A Coleção

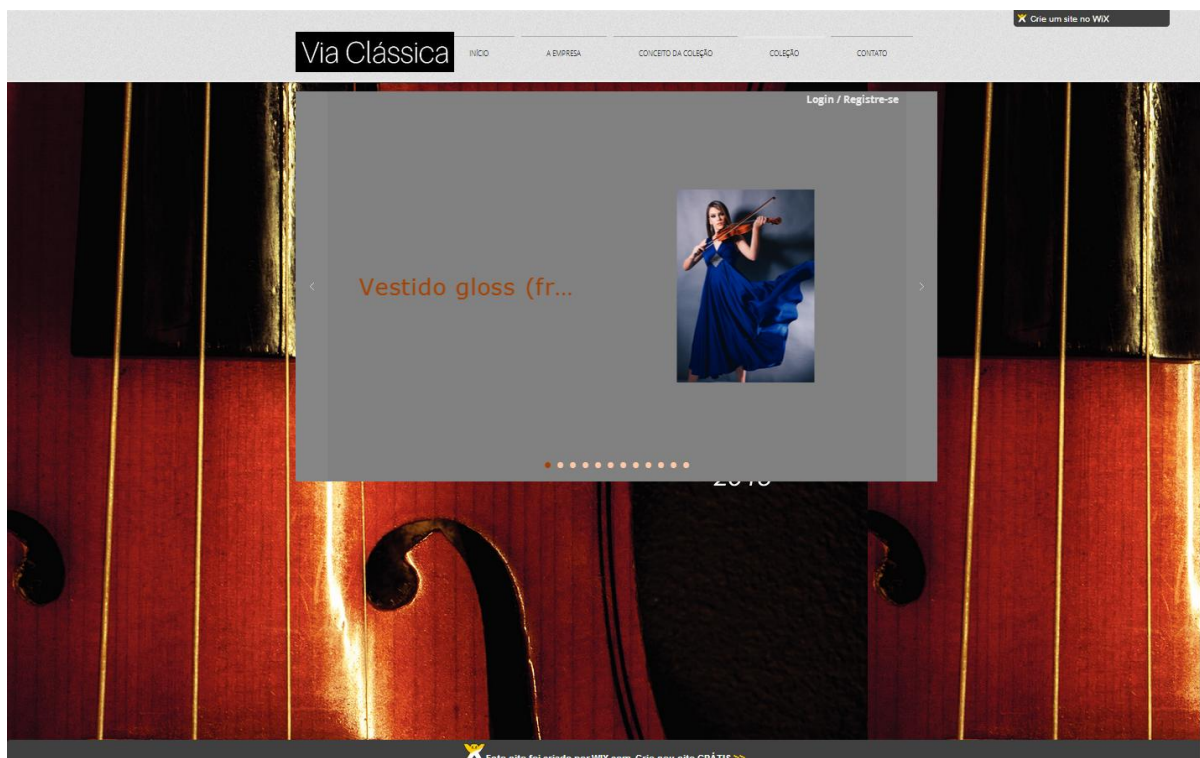


Figura 91 – Quarta página do Site – A Coleção

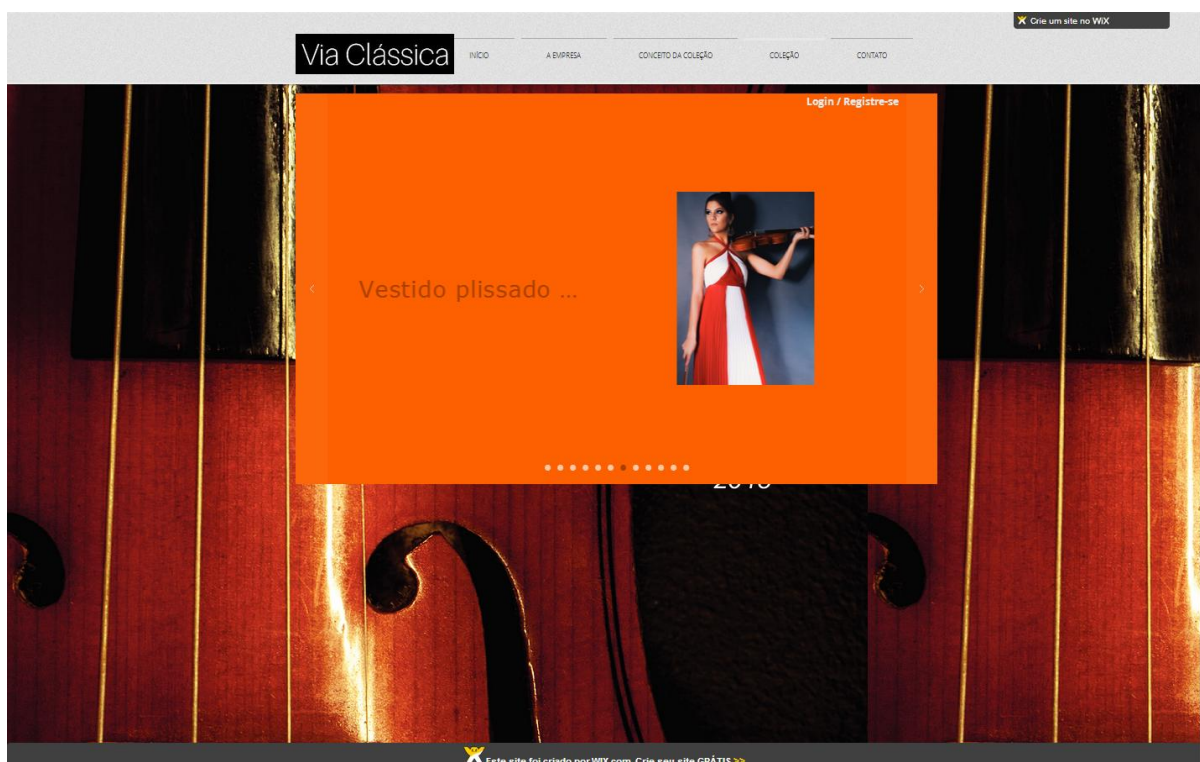


Figura 92 – Quarta página do Site – A Coleção

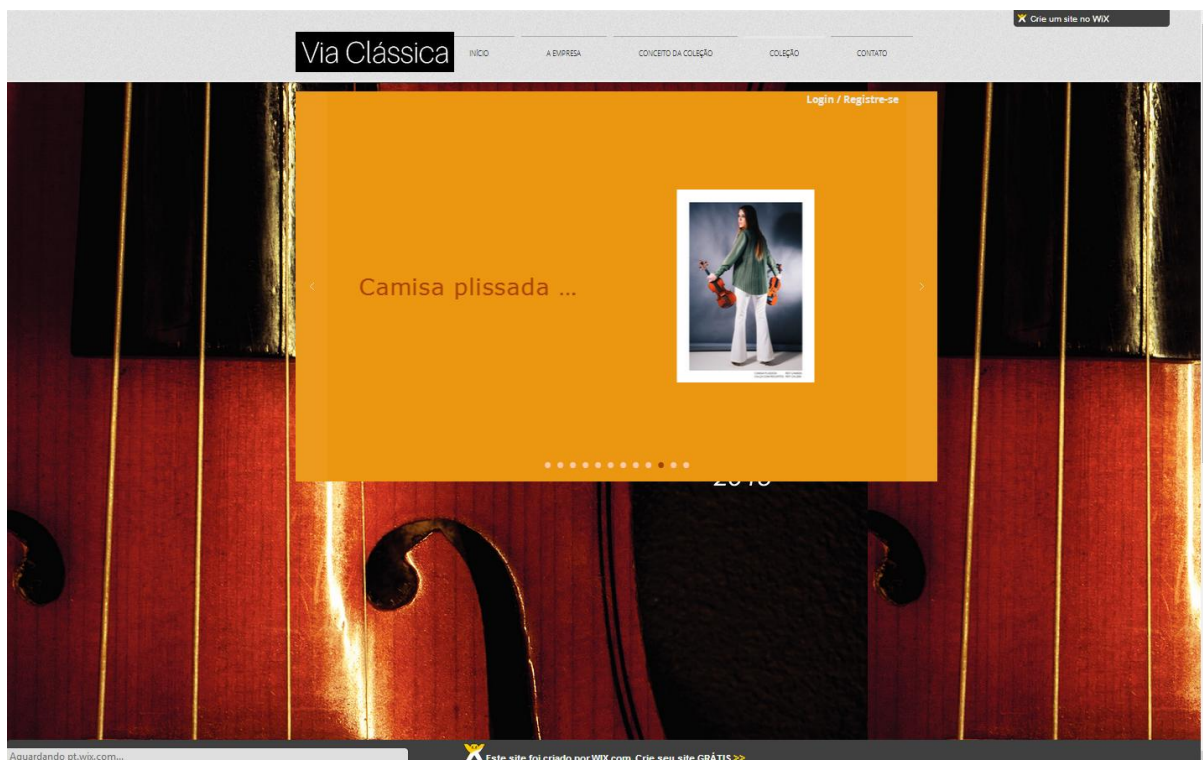


Figura 93 – Quarta página do Site – A Coleção

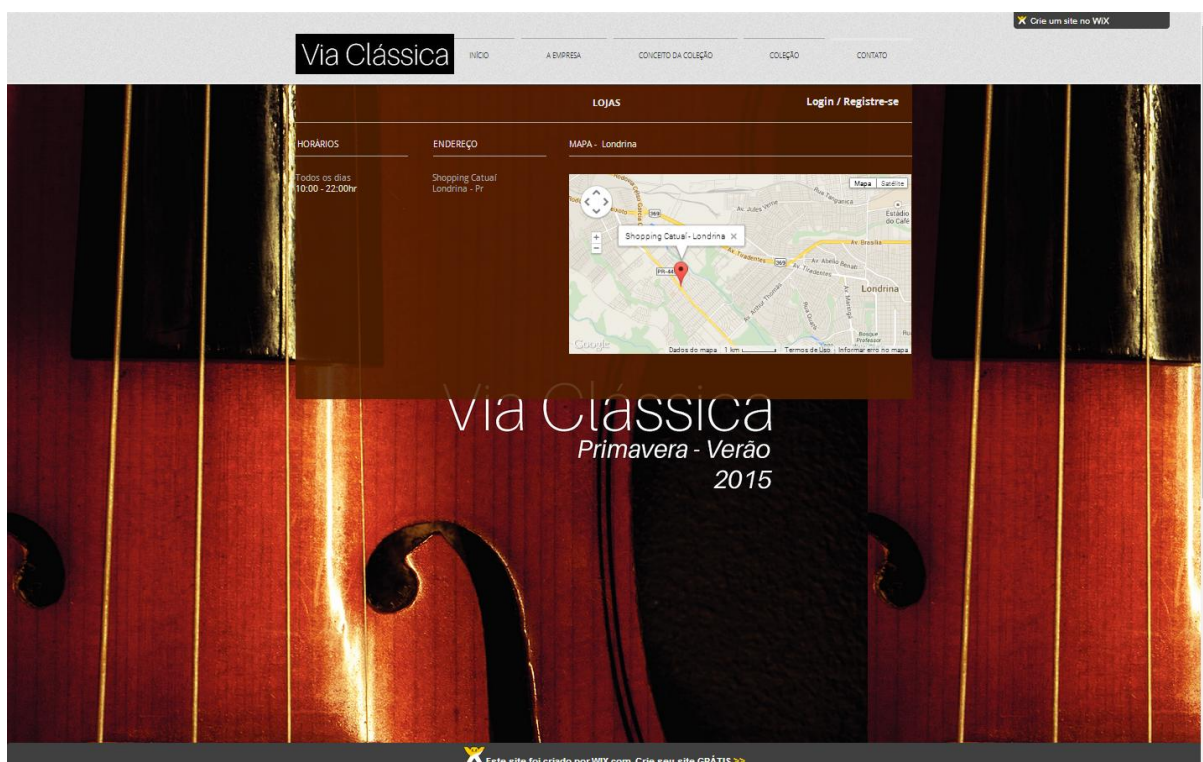


Figura 94 – Quinta página do Site – Contato

6 PLANEJAMENTO DO CATÁLOGO

A capa com versão fosca, confeccionada com papel de gramatura 120g, com as páginas unidas por grampos. tem a imagem do corpo de um violino, a logomarca e a informação da estação do ano que pertence a coleção. Internamente, nas páginas, contém o tema, o endereço e imagens dos *looks* confeccionados, sendo finalizado com o endereço eletrônico, na capa final.

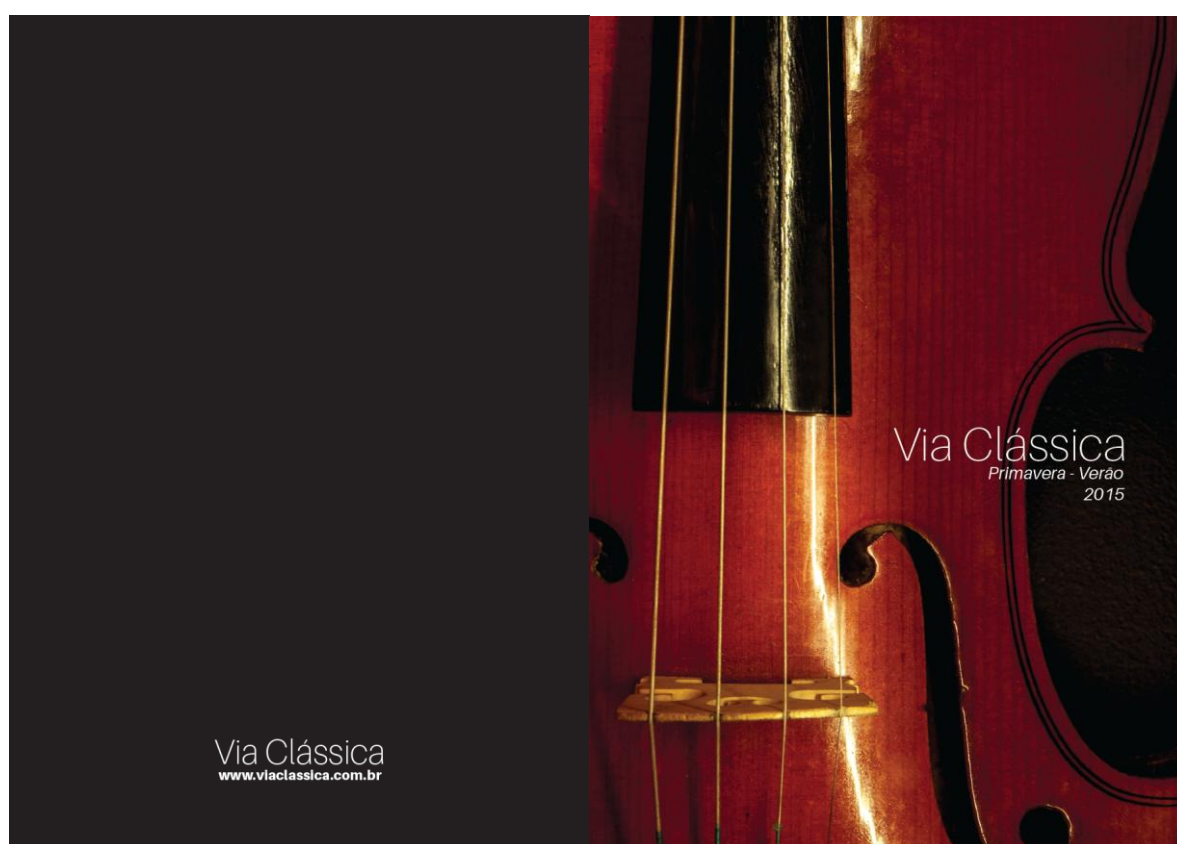


Figura 95 – Capa do Catálogo – Fundo e frente

Sob
Encanto
Primavera-Verão

Apucarana - Pr
Rua Clevelandia, 413
(43)3424-4885
Londrina - Pr
Rua Clássica, 100
(43)3024-7570



Figura 96 – Contracapa e primeira folha do Catálogo



BLUSA COM RENDA REF: BLU006
SAIA PLISSADA REF: SA004



Figura 97 – Segunda e terceira folha do Catálogo



BLUSA DE PREGAS REF: BLU005
CALÇA COM RENDA REF: CAL005



Figura 98 – Quarta e quinta folha do Catálogo



VESTIDO PLISSADO REF: VES001



Figura 99 – Sexta e sétima folha do Catálogo



VESTIDO COM FAIXA REF: VES004



Figura 100 – Oitava e nona folha do Catálogo



VESTIDO GLOSS REF: VES007



Figura 101 – Décima e décima primeira folha do Catálogo



CAMISA PLISSADA REF: CAM005
CALÇA COM RECORTES REF: CAL009



Figura 102 – Décima segunda e décima terceira folha do Catálogo

7 PLANEJAMENTO DO DESFILE

7.1 MAKE-UP E HAIR

As modelos, conforme o conceito da coleção, usarão maquiagens suaves, que valorizarão a aparência de si mesmas e as roupas da coleção, com tranças soltas nos cabelos, estas, trazidas para frente, ao lado do peito, de forma que beneficiem a visibilidade dos detalhes das peças, representando a estrutura firme das roupas, porém versáteis.

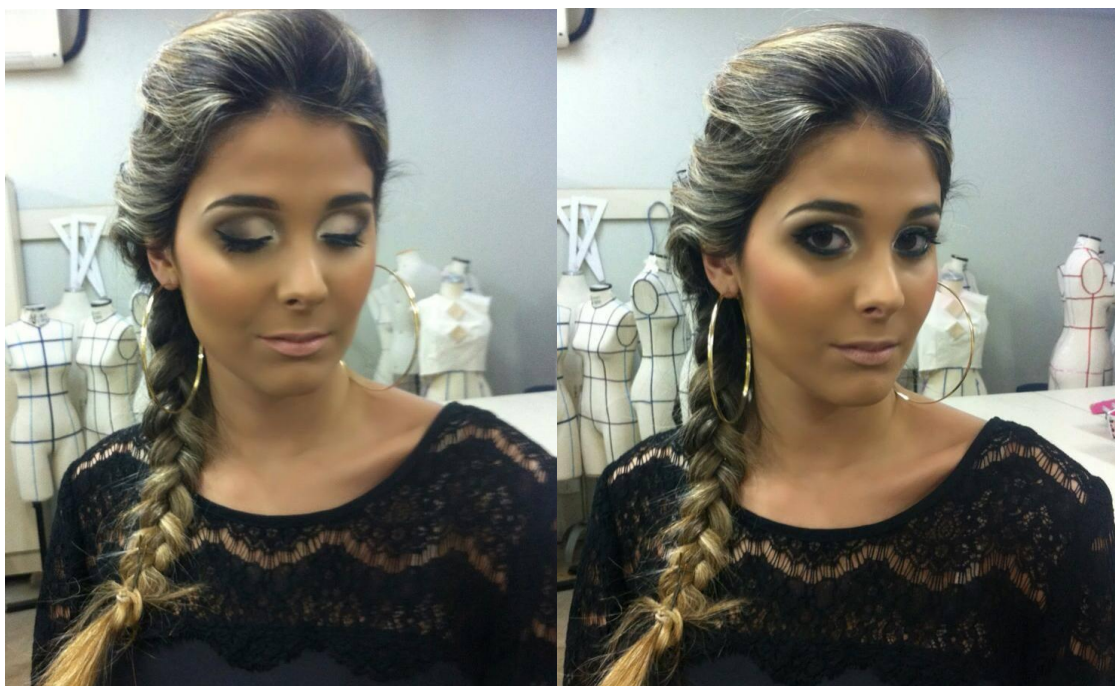


Figura 103 – Maquiagem e Cabelo

7.2 STYLLING

Baseado no filme O fantasma da ópera, o desfile iniciará com um homem vestindo camisa branca, calça preta, sapato preto, mascarado de fantasma da ópera, e sobre as suas roupas uma capa preta com borda vermelha, segurando 9 rosas vermelhas, ele caminhará pela passarela entregando tais rosas, de forma aleatória, ao público presente, até retornar ao ponto inicial. Posteriormente, o

mesmo auxiliará na entrada das seis modelos, segurando uma das mãos para que elas desçam a escada. Antes da escada, terá uma mesa coberta de tecido preto, onde um violino estará sobre a mesma, cada uma das seis modelos, pegarão o violino e descerão a escada, ao fim desta, farão uma pose e entregarão o violino ao homem mascarado, que enquanto a modelo faz o percurso da passarela, ele levará o violino até a mesa, para que a próxima modelo faça do mesmo modo. Para finalizar, após a sexta modelo desfilarem, todas as modelos seguirão em sequência, uma, logo após a outra, parando nos locais que estarão demarcados, onde a primeira, a segunda e a terceira de um lado da platéia, e a quarta, a quinta e a sexta do outro lado, e a banca examinadora entre elas, finalizando o desfile com o homem mascarado, que virá com o violino, parando em frente a banca. Toda a apresentação, será conduzida, do começo ao fim, conforme a música que será executada.



Figura 104 – Imagem do homem mascarado de fantasma para o desfile



Figura 105 – Imagem do violino para o desfile

7.3 TRILHA SONORA

Com a junção de duas interpretações de músicas, pode-se observar a coerência entre a música e o desfile. A primeira, sendo um trecho da música da série de televisão norte-americana, *Games of Thrones*, onde, com o solo de um violino, com estilo clássico e calmo, o mesmo, aos trinta e cinco segundos, servirá para a entrada do homem mascarado de fantasma da ópera, onde caminhará pela passarela, devagar. A segunda, será um *rock*, da banda finlandesa, *Nightwish*, que gravaram uma versão com o tema do filme *o fantasma da ópera*, esta, quando iniciar, o mascarado sai de cena e a primeira modelo começa o desfile, fazendo o percurso com passos rápidos, em harmonia com o som. A introdução da música, com aproximadamente dois minutos e o restante com tempo aproximado de quatro minutos e quinze segundos, totalizam o total de seis minutos e dezessete segundos.

7.4 SEQUÊNCIA DE ENTRADA PARA DESFILE

Vestido plissado, vestido com faixa, blusa de pregas e calça com renda, blusa com renda e saia plissada, camisa plissada e calça com recortes, e vestido azul.



Figura 106 – Sequência de entrada para desfile

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desse trabalho foi possível observar sobre a grande necessidade de se pensar em vestuários direcionados para músicos. Uma vez que poucas marcas no mercado atribuem preocupações quanto às reais necessidades desses usuários, as oportunidades acadêmicas – como o desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso – surgem como caminhos para se pensar em produtos de moda que atendam os aspectos funcionais e estéticos desse público.

O estudo e a observação sobre as relações do corpo e os aspectos de movimentação foram fundamentais para compreender as relações de manuseio dos instrumentos musicais – mais especificamente para as violinistas. Dessa forma, foi possível aplicar conceitos, princípios e técnicas do design que permitissem a concepção e o desenvolvimento de vestuários que contemplassem as exigências dessas consumidoras.

O papel e a importância da pesquisa acadêmica e científica se fazem presentes nesse estudo, com a materialização de uma coleção de roupas que, na medida do possível, busca inserir elementos com valores estéticos e funcionais, que possam atender as reais necessidades do público estudado.

REFERÊNCIAS

- A MEMÓRIA DA CRIATIVIDADE... Especial Cordas 3 – Bond. Disponível em: <<http://tarneliatriptus.blogspot.com.br/2011/09/especial-cordas-3-bond.html>>. Acesso em 3 mai 2014.
- ANA CINTRA. Graphic Designer. Portfolio. Disponível em: <<http://annacintra.com/portfolio/>>. Acesso em 4 mai 2014.
- ARTFLAKES. Young Woman With Red Hair Playing Violin. Disponível em: <<http://www.artflakes.com/en/products/young-woman-with-red-hair-playing-violin>>. Acesso em 9 mai 2014.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ERGONOMIA. **O que é ergonomia?**. Disponível em: <http://www.abergo.org.br/internas.php?pg=o_que_e_ergonomia>. Acesso 25 ago 2011.
- BAXTER, Mike. Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos. 2ª ed. rev. São Paulo: Edgard Blücher, 1998.
- CASTILHO, Kathia. **Discursos da moda: semiótica, design e corpo**/Kathia Castilho, Marcelo Martins. 2ª ed. ver. atual. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005. – (Coleção Moda e Comunicação/Kathia Castilho Coordenação).
- CASTILHO, Kathia. **Moda e linguagem**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.
- CATMAGAZINE.COM. Tendências. Disponível em: <catmagazine.com.br/trends-o-que-esperar-do-verao-2015/>. Acesso em 3 mai 2014.
- CINENSAIO. O Fantasma da Ópera (2004). Disponível em: <<http://cinensaio.blogspot.com.br/2011/07/o-fantasma-da-opera-2004.html>>. Acesso em 7 mai 2014.
- DUL, Jan; WEERDMEEESTER, Bernard. **Ergonomia prática**. 2ª ed. rev. e ampl. São Paulo: Edgard Blücher, 2004.
- E PASSAM-SE OS DIAS. O Melhor Filme: O Fantasma da Ópera. Disponível em: <<http://fitaleticia.blogspot.com.br/2010/05/o-melhor-filme-o-fantasma-da-opera.html>>. Acesso em 7 mai 2014.
- FACILISIMO.COM. Vanessa Mae. Disponível em: <http://ocio.facilisimo.com/blogs/musica-y-lectura/vanessa-mae_884971.html>. Acesso em 3 mai 2014.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GOMES FILHO, João. **Ergonomia do objeto: sistema técnico de leitura ergonômica**. 2ª ed. São Paulo: Escrituras Editora, 2010.

GRAVE, Maria de Fátima. **A modelagem sob a ótica da ergonomia**. São Paulo: Zennex Publishing, 2004.

HEINRICH, D. P. **Modelagem e técnicas de interpretação para confecção industrial**. Novo Hamburgo: Feevale, 2005.

HEINRICH, D. P. **Modelagem**: ferramenta competitiva para a indústria da moda. Porto Alegre: SEBRAE/RS: Feevale, 2007.

IIDA, Itiro. **Ergonomia**: projeto e produção. São Paulo: Ed. Blücher, 2005.

JUAL. Musical Fantasma da Ópera Faz 25 Anos de Exibição na Broadway. Disponível em: <<http://www.jualfiquepordentrodetudo.com/2013/01/musical-fantasma-da-opera-faz-25-anos.html>>. Acesso em 7 mai 2014.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria de Andrade. **Fundamentos e metodologia científica**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LinkMeRR. Disponível em: <http://linkmerr.blogspot.com.br/2011_03_01_archive.html>. Acesso em 7 mai 2014.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial**: bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: Ed. Blücher, 2001.

MALLIN, Sandra Sueli Vieira. **Uma metodologia de design aplicada ao desenvolvimento de tecnologia assistiva para portadores de paralisia cerebral**. Curitiba: Editora da UFPR, 2004.

MANANCIAS DE AMOR. Disponível em: <http://mananciaisdeamor.zip.net/arch2008-05-25_2008-05-31.html>. Acesso em 2 mai 2014.

MAPA DO BRASIL POR REGIÕES. Disponível em: <<http://boralginimages.appspot.com/?page=mapa-do-brasil-por-regioes>>. Acesso em 9 mai 2014.

MARTINS, Annibal. **Método Mundial de Corte Anti-Provas**: base direta e proporcional. 4ª ed. Brasil: República Federativa do Brasil, 1972.

MODA É. ESTILO SERÁ. Disponível em: <<http://modaestilo-elaine.blogspot.com.br/2012/04/essa-loja-de-roupas-masculinas-voce-tem.html>>. Acesso em 15 mai 2014.

MON PETIT JOURNALISTE. Filmes: 3/60. Disponível em: <<http://monpetitjournaliste.wordpress.com/category/filmes-que-assisto/>>. Acesso em 7 mai 2014.

MUSICAL. O fantasma da ópera no Royal Albert Hall/Andrew Lloyd Webber. Universal Pictures e Cameron Mackintosh, 2011. 1 video disco (159 min).

ORNITORRINCO CINÉFILO. O Fantasma da Ópera. Disponível em:
<<http://ornitorrincocinefilo.blogspot.com.br/2010/08/o-fantasma-da-opera-2003.html>>.
Acesso em 7 mai 2014.

ROMEIRO FILHO, Eduardo; NAVEIRO, Ricardo M. Ergonomia aplicada ao projeto de produto. In ROMEIRO FILHO, E. et al FERREIRA, C.V.; MIGUEL, P.A.C.; GOUVINHAS, R.P.; NAVEIRO R.M. **Projeto do produto**. São Paulo: Campus, 2010.

ROSA, Stefania. Alfaiataria: modelagem plana masculina. Brasília: SENAC-DF, 2008.

SABRA, Flávio, org. **Modelagem**: tecnologia em produção de vestuário. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, María del Pilar Baptista. **Metodologia de pesquisa**. 5ª ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SEBRAE. Boletim do Empreendedor. Disponível em:
<http://www.boletimdoempreendedor.com.br/?gclid=CjkKEQjwqYacBRDO-Mrk6_vr8eQBEiQAWJadfD_fJB05M8NLQzg3EcVHqIVPrkTXZQIDo4at7eNii5Lw_wcB>. Acesso em 9 mai 2014.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23ª ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVEIRA, Icléia. **Estudos antropométricos na ergonomia do vestuário**. V CIPED – 10-12 OUT/OUT 2009 – BAURU – SP – BRASIL – ISSN 2175-0289.

SILVEIRA, Icléia. **Usabilidade do vestuário**: fatores técnicos/funcionais. In: Modapalavra e-periódico. Ano 1, n. 1, jan-jul 2008, pp 21-39.

SILVEIRA, I.; SILVA, G.G. **Medidas antropométricas e o projeto do vestuário**. In: ANAIS 3º Colóquio de Moda, Belo Horizonte [CDROM], 2007.

SOUZA, P. M. **Modelagem tridimensional como implemento do processo de desenvolvimento do produto de moda**. 2006. 116 f. Dissertação (Mestrado em Design de Produto) – Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Bauru, 2006.

STUDIO M + B. Arquitetura e Design. Disponível em:
<<http://studiomebarquitetura.wordpress.com/2012/08/>>. Acesso em 15 mai 2014.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda**: Planejamento de Coleção. 2ª ed. Brusque: D. Treptow, 2003.

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ. **Normas para elaboração de Trabalhos Acadêmicos**/Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Comissão de Normatização de Trabalhos Acadêmicos. Curitiba: Editora UTFPR, 2009.

USE FASHION. **Tendências 2015**. Disponível em:
<<http://www.usefashion.com/Categorias/Home.aspx>>. Acesso em 1 mai 2014.

VS PROPAGANDA. Soluções em Mídias Integradas. Disponível em:
<<http://www.vspropaganda.art.br/painel-eletronico/>>. Acesso em 7 mai 2014.

WALLSAVE. Woman Music Girl Violin Wallpaper. Disponível em:
<<http://www.wallsave.com/wallpaper/2560x1600/woman-music-girl-violin-769523.html>>. Acesso em 12 mai 2014.

WGSM. **Macrotendências**. Disponível em:
<<http://www.pensefashion.com.br/2013/08/tendencias-para-o-inverno-2015/>>. Acesso em 15 abr 2014.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO

Questionário

Idade	Profissão	Renda Média Mensal

1. Você considera adequadas as roupas que usa para fazer suas apresentações com o violino?
 Sim Não Não tenho opinião sobre o assunto

2. As roupas que você normalmente usa para suas apresentações com o instrumento musical costumam prejudicar os seus movimentos durante a sua *performance*?
 Sim Não Às vezes Não tenho opinião sobre o assunto

3. Considerando que você toca o violino sentada, em quais partes do corpo você sente mais dificuldade para desempenhar seus movimentos durante o manuseio do instrumento? (*Pode assinalar mais de uma alternativa*)
 Na cabeça No pescoço Nos ombros Nos braços Nos punhos
 No tronco Nas pernas Nos pés Outros: _____

4. Você considera interessante a proposta de uma marca desenvolver roupas que possam ser utilizadas tanto no dia-a-dia como para ocasiões em apresentações artísticas?
 Sim Não Não tenho opinião sobre o assunto

5. Onde você costuma comprar suas roupas? (*Pode assinalar mais de uma alternativa*)
 Em lojas de marca própria Em lojas multimarcas
 Em shoppings centers Na internet Outros: _____

6. Qual a média de preço que você costuma pagar em um conjunto completo de roupas (blusa ou camisa / saia ou calça)?
 Até R\$200,00 Entre R\$200,00 e R\$300,00 Entre R\$300,00 e R\$400,00
 Acima de R\$400,00

7. Qual o estilo que você mais aprecia para as roupas destinadas para apresentações artísticas e que possam ser usadas também no dia-a-dia?
 Básico e clássico Moderno e arrojado Contemporâneo e ousado
 Outros: _____

8. Que tipo de cores você aprecia mais para roupas que possam ser utilizadas em apresentações artísticas e no dia-a-dia?
 Sóbrias e neutras (ex.: branco, preto, cinza, bege, pérola, marron claro, etc)
 Modernas e vibrantes (ex.: vermelho, lilás, laranja, pink, azul royal, verde néon, etc)
 Tecnológicas (ex.: tons metalizados, etc)
 Outros: _____

9. Além do estilo e das cores, que outros tipos de materiais e efeitos você aprecia nas roupas que usa quando realiza apresentações artísticas? (*Pode assinalar mais de uma alternativa*)
 Tecidos mais leves e fluídos Tecidos mais pesados e encorpados
 Rendas ou aplicações de bordados Estampas Recortes estratégicos
 Aviamentos diferenciados – ex.: botões, zíperes, etc
 Outros: _____

10. Você costuma seguir tendências de moda na escolha das suas roupas para as apresentações artísticas?
 Sim Não

11. Assinale as estruturas de peças que você considera importante ter no seu guarda-roupa e que também possam ser usadas para ocasiões em apresentações artísticas? (*Pode assinalar mais de uma alternativa*)
 Blusa Camisa Camiseta Colete Blazer
 Calça Saia Short Saia-Calça
 Vestido Macacão Outros: _____