



**Mariéle Blini Bittencourt**

**TRABALHO FINAL DE GRADUAÇÃO  
COLEÇÃO DE MODA ASSOCIANDO A ESTÉTICA SURREALISTA E O *SLOW FASHION***

Santa Maria, RS  
2021

**Mariéle Blini Bittencourt**

**COLEÇÃO DE MODA ASSOCIANDO A ESTÉTICA SURREALISTA E O *SLOW FASHION***

Projeto de pesquisa apresentado ao Curso de Design de Moda, Área de Ciências Tecnológicas, da Universidade Franciscana – UFN, como requisito parcial para aprovação na disciplina de Trabalho Final de Graduação II – TFG II.

Orientadora: Profa. Salette Mafalda Marchi

Santa Maria, RS  
2021

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Marca de roupas Psicotrópica. ....	13
Figura 2 - Obra de Salvador Dalí.....	14
Figura 3 - Obra de Salvador Dalí.....	15
Figura 4 - Obras de René Magritte.....	15
Figura 5 - Obra de René Magritte. ....	16
Figura 6 - Obras de Man Ray.....	17
Figura 7 - Obras de Man Ray.....	18
Figura 8 - Obras de Elsa Schiaparelli.....	18
Figura 9 - Obra de Elsa Schiaparelli. ....	19
Figura 10 - Obras de Elsa Schiaparelli.....	19
Figura 11 - Painel de comportamento.....	24
Figura 12 - Traje de esqui por Elsa Schiaparelli. ....	28
Figura 13 - Painel de tendências.....	31
Figura 14 - Painel de tema de coleção inspirado na obra de Elsa Schiaparelli.....	33
Figura 15 - Painel de tema de coleção inspirado na obra Salvador Dalí.....	34
Figura 16 - Painel de tema de coleção inspirado na obra René Magritte.....	35
Figura 17 - Painel de inspiração.....	36
Figura 18 - Painel de cores.....	37
Figura 19 - Cartela de tecidos.....	38
Figura 20 - Cartela de aviamentos.....	39
Figura 21 - Cartela de cores.....	40
Figura 22 - Exemplo de linha no corte da roupa.....	41
Figura 23 - Exemplo de texturas em coleções de moda.....	41
Figura 24 - Exemplos de silhuetas.....	42
Figura 25 - Exemplo de formas em coleções de moda.....	42
Figura 26 - Exemplo de repetição e quebra de repetição.....	43
Figura 27 - Exemplo de ritmo e gradação.....	44
Figura 28 - Exemplo de radiação.....	44
Figura 29 - Exemplo de contraste.....	45
Figura 30 - Exemplo de harmonia.....	45
Figura 31 - Modelos de equilíbrios simétricos e assimétricos aplicados em coleções de moda.....	46
Figura 32 - Exemplo de proporção.....	46
Figura 33 - Painel de elementos de estilo.....	47
Figura 34 - Esboços 1 - 25.....	48
Figura 35 - Esboços 26 - 50.....	49
Figura 36 - Mapa da coleção.....	51
Figura 37 - Croqui 1.....	52
Figura 38 - Desenho técnico 1.....	53
Figura 39 - Croqui 2.....	54
Figura 40 - Desenho técnico 2.....	55
Figura 41 - Croqui 3.....	56
Figura 42 - Desenho técnico 3.....	57
Figura 43 - Croqui 4.....	58
Figura 44 - Desenho técnico 4.....	59
Figura 45 - Croqui 5.....	60
Figura 46 - Desenho técnico 5.....	61
Figura 47 - Croqui 6.....	62
Figura 48 - Desenho técnico 6.....	63
Figura 49 - Croqui 7.....	64
Figura 50 - Desenho técnico 7.....	65
Figura 51 - Croqui 8.....	66
Figura 52 - Desenho técnico 8.....	67
Figura 53 - Croqui 9.....	68
Figura 54 - Desenho técnico 9.....	69
Figura 55 - Croqui 10.....	70

Figura 56 - Desenho técnico 10. ....	71
Figura 57 - Croqui 11.....	72
Figura 58 - Ficha técnica 11.....	73
Figura 59 - Ficha técnica 11.....	74
Figura 60 - Croqui 12.....	75
Figura 61 - Ficha técnica 12.....	76
Figura 62 - Ficha técnica 12.....	77
Figura 63 - Modelo da peça final.....	79
Figura 64 - Processo de modelagem <i>look 1</i> .....	80
Figura 65 - Modelo da peça.....	80
Figura 66 - Processo de modelagem <i>look 2</i> .....	81
Figura 67 - Processo de modelagem <i>look 2</i> .....	82
Figura 68 - <i>Look 1</i> .....	82
Figura 69 - <i>Look 2</i> .....	83

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Etapas metodológicas.....	22
Quadro 2 - Pesquisa Comparativa de mercado.....	25
Quadro 3 - Pesquisa Comparativa de mercado.....	26
Quadro 4 - Pesquisa Comparativa de mercado.....	27

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	6
1.1 JUSTIFICATIVA .....	7
1.2 OBJETIVOS .....	8
1.2.1 Objetivo Geral.....	8
1.2.2 Objetivos Específicos .....	8
<b>2 PROBLEMA PROJETUAL</b> .....	9
<b>3 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	10
3.1 COLEÇÃO DE MODA .....	10
3.2 MODA <i>SLOW FASHION</i> .....	11
3.3 SURREALISMO .....	13
3.4 SURREALISMO E A MODA.....	16
<b>4 METODOLOGIA</b> .....	21
4.2 PESQUISA COMPARATIVA DE MERCADO .....	25
4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS.....	29
4.4 PESQUISA DE TEMA DE COLEÇÃO .....	31
<b>5 DESIGN</b> .....	36
5.1 INSPIRAÇÃO .....	36
5.2 COR.....	37
5.3 TECIDOS.....	38
5.4 AVIAMENTOS .....	38
5.5 ELEMENTOS DE DESIGN.....	40
5.6 PRINCÍPIOS DE DESIGN.....	43
5.7 ELEMENTOS DE ESTILO.....	47
5.8 DESENHOS .....	47
5.9 ESBOÇOS.....	48
5.10 CROQUIS.....	50
<b>6 DESENVOLVIMENTO</b> .....	79
6.1 MODELAGEM .....	79
6.2 PRODUÇÃO.....	81
<b>7 RESULTADOS E DISCUSSÃO</b> .....	84
<b>8 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	85
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	86

## 1 INTRODUÇÃO

Este Trabalho Final de Graduação do curso de Tecnologia em Design de Moda da Universidade Franciscana propõe o desenvolvimento de uma coleção de moda feminina inspirada nas concepções estéticas do movimento surrealista e fundamentada nas práticas e nos conceitos da sustentabilidade. Neste sentido, o trabalho pretende refletir sobre a conexão entre a arte e a moda, a partir do contexto do movimento surrealista no século 20 e sua influência sobre o vestuário. Já o *slow fashion*, conceito em destaque nos últimos anos, vem para fundamentar o desenvolvimento de uma coleção de moda que se preocupa com o meio ambiente e com a sociedade e, portanto, guiar todas as etapas de produção para garantir práticas sustentáveis e incentivar o consumo consciente.

Segundo Vanderlei Bacheга Junior (2016), logo após a Primeira Guerra Mundial, artistas de diversas nacionalidades passaram a criar uma arte baseada no inconsciente humano e que rompia com a lógica, o surrealismo. O surgimento deste movimento vanguardista foi marcado a partir da publicação do Manifesto Surrealista por André Breton, psiquiatra francês, em 1924, que provocou mudanças sobre os modos de criação artística. Ao criar o manifesto, Breton pretendia estimular e transcrever do inconsciente aquilo que a vida em sociedade reprimia no ser humano, ou seja, revelar interesses ainda inexplorados pela mente (GARCIA, 2019).

Por sua relação com a psiquiatria e sua vontade de estimular o inconsciente do ser humano, André Breton associou a arte Surrealista ao automatismo psíquico, o que resultou em seu interesse pelas teorias de Freud (GARCIA, 2019). Dentre suas pesquisas no universo das teorias freudianas estavam principalmente os temas fornecidos pelo inconsciente e subconsciente, que são: o acaso, a loucura, os sonhos, as alucinações, o delírio ou o humor. Estes elementos são manifestados através das imagens de sonhos e do inconsciente que constroem a estética surrealista presente tanto na arte quanto na moda.

A influência do trabalho de Freud e a crítica da representação automática da realidade resultou em ideias surrealistas que sofrem alterações com o passar dos anos, uma vez que são influenciadas diretamente pelo senso comum da realidade, fator em constante mudança. De acordo com Vanderlei Bacheга Junior (2016), além de estar presente em desenhos, pinturas, esculturas, na literatura e até mesmo no cinema, o surrealismo definiu uma nova linguagem para o universo da moda, trazendo novos significados e novas formas de criar, o que será considerado no desenvolvimento da coleção de moda deste trabalho.

Conforme Lipovetsky (1989), a moda acompanha as transformações da sociedade, a qual vive em constante mudança, tanto relacionada aos interesses econômicos quanto às necessidades e aos desejos dos consumidores. Assim como o surrealismo, a sustentabilidade também veio para romper padrões da sociedade. No mercado da moda, segundo Yazbek (2017), este conceito está diretamente atrelado aos cuidados com o meio ambiente e com a sociedade, de modo a instigar uma reflexão sobre o consumo e sobre os métodos de produção aplicados na indústria. Além disso, não é possível desassociar a sustentabilidade da responsabilidade social, pois ela orienta as ações de produção e consumo de maneira ampla na sociedade.

Embora muito popular nos dias atuais, segundo Berlim (2012), a sustentabilidade está presente na moda desde a década de 1960, quando surgiram, no Brasil e no mundo, as primeiras

preocupações com o impacto ambiental causado pela indústria têxtil. Na mesma época, os consumidores passaram a ter consciência também sobre a exploração de trabalhadores nos países em desenvolvimento. Portanto, a sustentabilidade surgiu como uma forma de atuar com responsabilidade social, buscando inovação e melhoria no processo produtivo para diminuir a agressão ao meio ambiente e aumentar a durabilidade do produto, bem como promover trabalho justo e economicamente viável.

O curto ciclo de vidas dos produtos é muito comum no mercado da moda, pois as coleções costumam mudar a cada estação e, por conseguinte, os produtos da coleção passada são, muitas vezes, descartados (SUÇUARANA, 2016). Essa problemática retrata o conceito de *fast fashion*, termo comum entre marcas que produzem coleções rápidas e contínuas, focando muito em tendências e pouco em conservação e consumo consciente, de acordo com Yazbek (2017). Neste contexto, a sustentabilidade veio como crítica a esse sistema, para romper com as práticas de produção em massa que agridem o meio ambiente, não respeitam os trabalhadores e incentivam o descarte imprudente de peças. Portanto, como movimento contrário ao *fast fashion*, surgiu o *slow fashion*, que incentiva a responsabilidade social, a partir da preocupação com o meio ambiente, com os trabalhadores das empresas e com o consumo consciente.

Sendo assim, por meio da metodologia de Treptow (2013), que é específica para o desenvolvimento de projetos de moda, será possível desenvolver uma coleção de moda feminina inspirada na estética do surrealismo e com caráter sustentável, com foco no público adulto moderno e contemporâneo. Neste sentido, a produção artística a partir do inconsciente do ser humano e o movimento *slow fashion* são as principais fontes de pesquisa para fundamentar o presente trabalho.

## 1.1 JUSTIFICATIVA

A relevância desta pesquisa acadêmica se dá pelo interesse de desenvolver uma coleção de moda fundamentada em práticas sustentáveis como a utilização de materiais e processos produtivos de baixo impacto ambiental, aumento de vida da peça e descarte de forma correta. Além disso, a inspiração estética escolhida para a coleção é o surrealismo, movimento vanguardista que propõe uma criação fora do padrão estabelecido pela indústria da moda, trazendo a singularidade e a criatividade para as peças, bem como o entendimento de temas referentes à inovação, moda e tendências.

Atualmente, o padrão de produção e consumo no qual os produtos são fabricados, consumidos e descartados muito rápido está sendo questionado por aqueles que se preocupam com o meio ambiente e com a situação dos trabalhadores. O *fast fashion* é um modelo de negócios que atende à alta demanda de consumo por tendências a baixo custo, sendo assim, estimula a poluição e condições de trabalho análogas à escravidão. De acordo com o site Digitale Têxtil (2020), embora o fato de a indústria da moda ser uma das maiores do mundo seja benéfico para o mercado, gerando maior rentabilidade, mais empregos e produtos mais acessíveis, ela se tornou a segunda mais poluente do mundo e responsável por 10% das emissões globais de carbono, pois os impactos negativos sociais e ambientais do *fast fashion* são inerentes.

Sendo assim, o movimento *slow fashion* surgiu como uma resposta natural aos danos causados pela moda-rápida, pois “preza pela utilização de materiais recicláveis e tecidos orgânicos em sua confecção, além de buscar transparência em suas relações de trabalho” (DIGITALE TÊXTIL, 2020, np), tornando a consumo cíclico. Portanto, esse conceito é uma alternativa à produção em massa que gera tantos danos ao meio ambiente e aos trabalhadores, bem como incentiva o consumo exacerbado.

Dessa forma, a partir dos dados apresentados acima, nota-se a importância deste trabalho para os acadêmicos, designers de moda e empreendedores do ramo têxtil, uma vez que se tornou essencial a preocupação com todas as etapas do processo de produção de uma roupa, desde a matéria-prima até o destino final das peças. Além disso, o trabalho também é relevante para aqueles que querem entender ou implementar o modelo *slow fashion* em sua empresa, uma vez que esse sistema valoriza a utilização de materiais recicláveis e orgânicos, além de buscar transparência em suas relações de trabalho e incentivar o consumo consciente.

Além de relacionar a moda e a sustentabilidade na área econômica, social e ambiental, esta pesquisa aborda o tema do surrealismo, que abrange uma nova maneira de criar e fazer arte, trazendo a diferenciação estética da coleção.

A moda é considerada, por Lipovetsky (1989), uma representação da sociedade, o que dá poder aos consumidores de influenciar a mudança dos modelos de produção a partir de suas atitudes e escolhas. Portanto, aos designers, cabe a responsabilidade de criar produtos de caráter sustentável, bem como conscientizar os consumidores da relevância do conceito de sustentabilidade e do modelo *slow fashion* de consumo e, assim, estimular o desejo por essas peças.

Sendo assim, a coleção de moda deste trabalho acadêmico tem como objetivo criar peças inspiradas no estilo surrealista e produzidas sob um olhar sustentável.

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo Geral

Desenvolver uma coleção de moda feminina inspirada na estética surrealista e orientada pelo conceito *slow fashion* da sustentabilidade.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

- Estudar o conceito e a estética do surrealismo;
- Pesquisar sobre moda sustentável;
- Entender o consumo da moda na sociedade e no mercado;
- Identificar ferramentas de sustentabilidade para a moda;
- Adquirir processos necessários para o desenvolvimento de uma coleção do vestuário através das metodologias;
- Desenvolver uma coleção de moda feminina.

## 2 PROBLEMA PROJETUAL

Os danos ambientais e sociais causados pela produção em massa de vestuário são inerentes aos processos produtivos das *fast fashions*, uma vez que a falta de preocupação com as matérias primas, a confecção, o desperdício e o descarte das peças são responsáveis por 10% das emissões globais de carbono e coloca a indústria da moda como o segundo maior poluidor industrial, perdendo apenas para o petróleo, segundo o site HBS (2016). Além disso, são produzidas mais de 150 bilhões de peças de roupas todo o ano, o que resulta em 20 novas peças para todos os habitantes do planeta anualmente. Portanto, a preocupação com a utilização de materiais sustentáveis e de baixo impacto ambiental, a diminuição de desperdício e o descarte adequado das roupas sustenta o presente trabalho.

Dessa forma, uma boa maneira de conscientizar o público a consumir produtos e processos sustentáveis é começando a falar mais sobre isso e, principalmente, dando o exemplo. Portanto, o *slow fashion*, modelo de produção que busca transparência em suas relações de trabalho e incentiva o consumo consciente, orienta o desenvolvimento da coleção que será desenvolvida neste trabalho. Ao mesmo tempo, também será influência sobre o processo de criação o surrealismo, que representa uma estética fora do comum, inspirada em sonhos e naquilo que está no inconsciente.

Sendo assim, a pergunta que fica é: Como desenvolver uma coleção de moda feminina inspirada na estética surrealista e orientada pelo conceito *slow fashion* da sustentabilidade?

### 3 REFERENCIAL TEÓRICO

Para embasamento teórico nessa fase do projeto, realiza-se uma pesquisa dos assuntos que serão abordados no desenvolvimento do projeto, com isso trazendo mais consistência ao trabalho.

#### 3.1 COLEÇÃO DE MODA

O presente trabalho de graduação tem como finalidade o desenvolvimento de uma coleção de moda. Para o devido embasamento teórico da pesquisa, faz-se necessário a compreensão do que é uma coleção de moda e, principalmente, como ela deve ser feita. Portanto, estes são os estudos apresentados neste tópico.

A coleção de moda é um conjunto de peças, como roupas, sapatos ou acessórios, que tenham algo em comum e está associada ao tema e ao conceito que o estilista e a marca desejam passar. Para Treptow (2013), até a metade do século 19, a profissão do criador de moda ainda não existia. As peças eram confeccionadas por artesãos que seguiam as instruções de quem encomendava as peças, por isso o trabalho de criação não existia ou não era reconhecido.

Segundo a referida autora, na década de 1850, houve um forte rompimento que marcou definitivamente o sistema de moda, como o feitiço dos trajes. A partir daí iniciou-se as formações de profissionais de moda que, embora possam ter diferentes motivações, ainda executam a mesma atividade. Portanto, quando a primeira coleção de moda foi planejada, de acordo com Silva (2016), foi uma forma estratégica de movimentar o consumo e reposicionar o estilista, que deixou de ser um simples costureiro que reproduzia as demandas e passou a ser o estilista que criava moda.

Na mesma linha, um nome que se destaca é o de Charles Frederick Worth, pois é considerado “o pai da alta-costura e a figura fundadora da moda como indústria e arte” (LA PRAIRIE, 2021). O estilista criou tendências que se estendem até hoje através de sua forma inovadora de tratar a costura, construindo o significado de luxo na moda. Conforme Bona (2019), a coleção de moda não é somente um produto, mas sim um compilado de produtos que compartilham harmonicamente entre si elementos de composição, e assim respeitando o tema central escolhido e sua identidade. Sendo assim, Maurilio (2011), afirma que as coleções de moda foram compostas por dois tipos de produtos: os comerciais e os conceituais. Os comerciais são coleções temporais, aquelas que já são criadas com o objetivo de serem vendidas. Enquanto isso, as coleções conceituais apresentam peças que refletem de maneira evidente o tema trabalho e as inspirações da criação. Muitas vezes, as coleções conceituais servem de inspiração para as comerciais, podendo oferecer pequenos elementos como estampas, botões, modelagens, entre outros detalhes.

Durante o processo de desenvolvimento de coleção, é efetuado um longo trabalho que depende de várias equipes para atuar em diferentes etapas da produção. A eficiência na criação, no desdobramento, na produção e na concretização das peças significa menos tempo gasto a cada etapa, que garante uma maior capacidade produtiva e de inovação e, conseqüentemente, mais lucro.

Para Wajnman e Almeida (2005), a moda, por ser diretamente influenciada pelas mudanças sociais, é um meio de conhecer as características de cada cultura e sociedade. Além disso, a moda é representação política, econômica, social, estética e de comportamento. Em decorrência disso, as

coleções de moda são utilizadas para construir e comunicar as características de um grupo e são consideradas por Barnard (1992) como um reflexo da sociedade. Portanto, cabe ao designer realizar uma profunda pesquisa de público para adequar suas criações aos seus gostos e necessidades.

A definição e pesquisa do público-alvo está entre as etapas de desenvolvimento, onde uma equipe deve realizar pesquisas para coletar informações como a faixa etária, o poder econômico e a sua localização. Inclusive, esta etapa é a responsável por montar o perfil dos possíveis clientes para os quais a coleção está sendo desenvolvida. Desta maneira, Treptow (2013, p. 46) considera que “para conquistar o consumidor e os compradores, o designer de moda precisa conhecer o mercado-alvo da empresa”. Todavia, se suas criações não forem capazes de atrair compradores, sua sobrevivência no mercado estará ameaçada”. Para Pinho (2004), esta etapa de análise de público consiste em identificar potenciais compradores dos serviços ou produtos da empresa, usuários atuais, pessoas que tomam as decisões sobre as compras, bem como aquelas que às influenciam. A análise do público-alvo consiste na avaliação da imagem que ele tem da empresa, de seus serviços e produtos e da concorrência. Portanto, é possível notar que a definição e a análise detalhada do público-alvo são de suma importância para o desenvolvimento da coleção, pois deve se adequar às características do nicho escolhido e refletir suas personalidades (BARNARD, 1992).

Os processos de desenvolvimento de uma coleção devem ser bastante criteriosos, pois precisam atender a demandas bem definidas, por isso a participação do designer de moda e sua análise crítica em todas as etapas têm por objetivo garantir que a coleção seja disponibilizada no tempo certo e com preços adequados. Além disso, as peças devem corresponder às expectativas de produção, comercialização, qualidade e durabilidade, bem como atender aos desejos e necessidades do público-alvo previamente definido.

Com os estudos realizados e as decisões tomadas, as peças são criadas e confeccionadas para, por fim, serem lançadas. Quanto à preparação para o lançamento da coleção, Treptow (2013) afirma que não ocorre apenas quando os mostruários ficam prontos, pois o designer e o setor de marketing trabalham juntos, planejando a divulgação e o lançamento da coleção, com uma agência de publicidade ou empresa organizadora de eventos (convenções e desfiles). Ainda, considerando que a coleção de moda é conjunto de peças da mesma natureza, “é importante que o designer transmita claramente qual o tema da coleção e o público a que se destina, pois é preciso que todos os materiais e eventos de divulgação da coleção transmitam a mesma mensagem” (TREPTOW, 2013, p. 189).

Visto a importância e os entendimentos a respeito das coleções de moda, foi possível definir que a coleção a ser desenvolvida neste trabalho terá como tema principal o surrealismo e será orientada pelas práticas do *slow fashion*. Sendo assim, a próxima seção pretende apresentar e detalhar este conceito.

### 3.2 MODA SLOW FASHION

Observa-se que da etapa de produção de tecidos ao consumo desenfreado, bem como, o descarte de peças usadas, a indústria tem extraído grande quantidade de recursos naturais não renováveis, poluindo e degradando a natureza, sem se preocupar com as consequências disso. Dessa

maneira, para produzir menos resíduos e contribuir com o ecossistema, pode-se aplicar a sustentabilidade na moda, a qual se preocupa em utilizar métodos que não produzam ou minimizem os impactos ambientais gerados no processo de desenvolvimento de produtos (FONSECA, 2020). Portanto, tendo em vista que a moda sustentável irá guiar o desenvolvimento da coleção do presente trabalho, cabe aqui a compreensão da sustentabilidade e, em específico, do conceito *slow fashion*.

Conforme Yazbek (2017) a sustentabilidade no mercado da moda é pensada de forma interligada ao meio ambiente, ou seja, repensar os métodos produtivos aplicados nas indústrias. Foi então que, para contribuir com a diminuição de poluição ao meio ambiente, o *slow fashion* surgiu como uma alternativa socioambiental mais sustentável no mundo da moda. De maneira literal, o *slow fashion* pode ser traduzido como uma “moda lenta”, ao contrário do *fast fashion*, que, para Gomes (2019), é um sistema de produção de moda atual que prioriza a fabricação em massa, a globalização, o apelo visual, o novo, a dependência e a ocultação dos impactos ambientais do ciclo de vida do produto.

Ainda conforme Gomes (2019), a moda *slow fashion* foi inspirada no conceito de *slow food*. Segundo o autor, este conceito, que se originou na Itália nos anos 1990, contraria padrões de consumo em exagero e de alimentos industrializados. Seguindo a ideia de contrariar padrões, o *slow fashion* adaptou alguns pontos para o âmbito da moda. A valorização da ideia de que “menos é mais”; da diversidade; da consciência socioambiental; das produções locais; de preços justos equilibrados por custos sociais e ecológicos e da estreita relação entre produtores e consumidores são algumas das ideias que o *slow fashion* incentiva.

Nesta mesma linha de raciocínio, Yazbek (2017) considera o *slow fashion* uma alternativa à produção em massa, a qual incentiva mais consciência de produção e consumo, retomando a conexão com a maneira que eles são produzidos e, assim, valorizando a diversidade e a riqueza dos processos. Desta forma, se torna viável um processo criativo e produtivo responsável, que produzirá mercadorias não descartáveis, relacionadas ao conceito de ser e não apenas ter.

Keiko (2020) acredita que, ao escolher peças feitas com tecidos de boa qualidade, o designer consegue evitar materiais sintéticos que possuem plástico em sua composição e, assim, garantir maior durabilidade das peças. Esse é o primeiro passo para consumir roupas duráveis e mais resistentes, facilitando a redução na quantidade de peças necessárias para um guarda-roupa completo. Ainda sobre esta questão, Keiko (2020) afirma que os consumidores devem priorizar a moda local e comprar peças de segunda mão, as quais podem ser encontradas em brechós e bazares, pois são maneiras de praticar o *slow fashion*.

As condições de trabalho de quem confecciona as peças também é um fator muito importante analisado por quem incentiva o *slow fashion*. É essencial certificar-se de que a marca não pratica a exploração humana na mão de obra e preza pela diversidade, nos mais amplos sentidos, desde a confecção e a produção até a divulgação das peças. Exemplo disso é a marca Psicotrópica, fundada em 2015, em Florianópolis, onde a imersão a um universo psíquico é o norte da estilista Raiana Pires em sua marca de roupas (Figura 1). Permeada pelo *slow fashion*, o objetivo da marca é estampar a loucura e personalidade intrínseca de cada um por meio de suas criações artesanais, feitas em pequena escala e, sobretudo, onde a moda interliga-se com a arte.

Figura 1 - Marca de roupas Psicotrópica.



Fonte: Psicotrópica, 2021.

Em virtude dos fatos mencionados acima, acredita-se que fundamentar a coleção nos conceitos do movimento *slow fashion* pode ajudar a estimular a sensibilização e conscientização dos consumidores para ter atitudes mais responsáveis com o meio ambiente e com a sociedade. Além de se basear neste conceito da moda sustentável, a coleção deste trabalho será inspirada na estética surrealista, a qual será aprofundada na seção seguinte.

### 3.3 SURREALISMO

Para este trabalho final de graduação, pretende-se produzir uma coleção de moda associando o *slow fashion*, conceito explicitado no tópico acima, e a estética surrealista. Sendo assim, nesta seção será possível compreender como surgiu o Surrealismo e como ele se conectou com a moda.

Em 1922, o fracasso do Congresso de Paris, evento planejado por André Breton para elaborar diretrizes e defender a arte moderna, teve como consequência o rompimento definitivo de Breton, Éluard, Aragon e Péret com os dadaístas. Sendo assim, segundo Goldberg (2006), em 1925 foi publicado o Manifesto Surrealista, escrito por Breton, que marcou a fundação oficial do movimento. O manifesto questionava posições burguesas racionalistas e provocou mudanças sobre os modos da criação artística. Com isso, Vanderlei Bachega Junior (2016) concluiu que Breton associou a arte do surrealismo ao automatismo psíquico, resultando em obras absurdas e ilógicas com base no inconsciente humano. Inicialmente, a definição do surrealismo era:

“substantivo masculino, puro automatismo psíquico por meio do qual se tenta expressar oralmente, por escrito ou de qualquer outra maneira, o verdadeiro funcionamento do pensamento” Além disso, ainda segundo a definição, o surrealismo se fundamentava na crença “na realidade superior de certas formas de associação

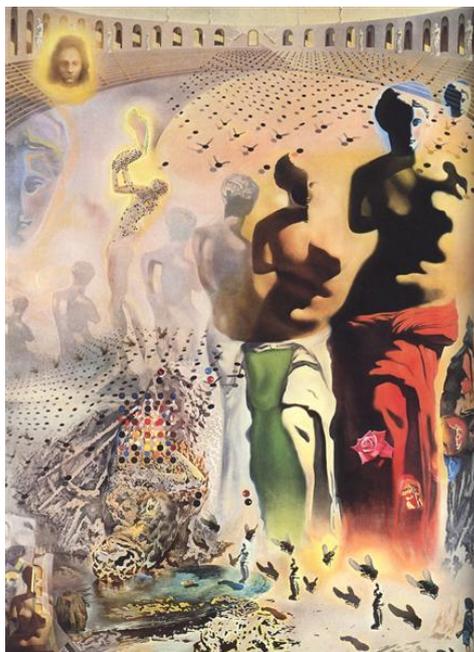
até hoje desprezadas, na onipotência do sonho, no livre jogo do pensamento” (GOLDBERG, 2006, p. 78).

Para Goldberg (2006), em 1919, Breton se tornou “obcecado por Freud” e pela análise do inconsciente. O pai da psicanálise, como Freud era conhecido, não seguia os valores sociais da burguesia como, por exemplo, o status, a família e a pátria. Foi então que as análises do inconsciente de Freud e suas obras, as quais exploravam fatos e imagens ocultas na mente dos artistas, chamaram a atenção de Breton, visto que os estudos de Freud sobre os sonhos e o inconsciente do ser humano deram base para as criações surrealistas. Com o passar dos anos, embora sempre apresentando criações que rompiam com a lógica, as ideias surrealistas sofreram modificações que podem ser encontradas em desenhos e pinturas.

Além disso, Vanderlei Bacheга Junior (2016) pressupõe que as obras surrealistas apresentam um grande domínio técnico, mas, principalmente, uma modificação nos modos de desbloqueio da mente para a criação artística e a representação da subjetividade individual dos artistas surrealistas. Segundo Imbroisi e Martins (2021), este movimento artístico surge todas as vezes que a imaginação se manifesta por impulso e livremente, sem a limitação de críticas.

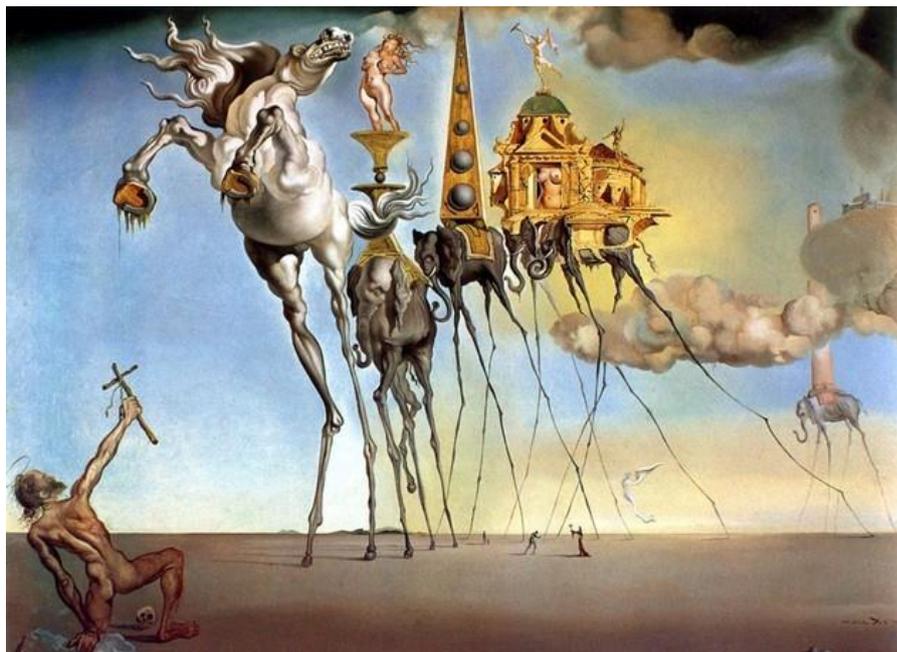
Já no ano de 1924, um dos grandes artistas cujas criações abusavam de elementos subjetivos e sentimentais é o pintor Salvador Dalí, desenhista e fotógrafo espanhol, considerado o principal nome do surrealismo. Além de pinturas, aventurou-se pelo cinema, moda e propaganda para, segundo ele, “contribuir para o total descrédito da realidade”, como pode ser percebido nas figuras 2 e 3 (IMBROISI; MARTINS; 2021, p.1).

Figura 2 - Obra de Salvador Dalí (1).



Fonte: Salvador Dalí, O Toureiro Alucinógeno (1970).

Figura 3 - Obra de Salvador Dalí (2).



Fonte: Salvador Dalí, A Tentação de Santo Antônio (1946).

Além de Salvador Dalí, René Magritte foi outro grande nome do surrealismo. As obras de Magritte, artista belga, tratavam imagens incomuns de maneira realista, através de processos ilusionistas, procurando contrastar a realidade dos objetos com a atmosfera irreal das combinações que ele fazia. Além disso, suas obras, as quais são apresentadas nas figuras 4 e 5, são metáforas que apresentam objetos comuns de um modo impossível de ser encontrado na realidade.

Figura 4 - Obras de René Magritte.



Fonte: René Magritte, O Filho do Homem, 1964; Estupro (1935).

Figura 5 - Obra de René Magritte.



Fonte: René Magritte, Os Amantes (1928).

Como é possível perceber pelas obras dos artistas Salvador Dalí e René Magritte e todo o Manifesto Surrealista escrito por André Breton, o movimento surrealista teve muitos anos de influência não somente na criação de escritores, pintores e cineastas, mas também tinha capacidade para interferir na política e na filosofia. Contudo, apesar de que, em 1938, a Segunda Guerra Mundial limitou novas atividades do movimento, o surrealismo se fixou à arte, de modo que os conhecimentos adquiridos a partir desse movimento ficassem como material para futuras criações, como vemos até hoje. Sendo assim, o surrealismo nunca deixou de influenciar criações artísticas, seja em desenhos, pinturas, filmes ou até mesmo na moda. Portanto, a seção seguinte irá abordar a relação do surrealismo com o mundo da moda, o que também servirá de embasamento teórico para a elaboração da coleção deste trabalho final de graduação.

### 3.4 SURREALISMO E A MODA

No século 20 várias movimentações procederam o interesse recíproco entre os mundos da arte e da moda. Segundo Muller (2000, p. 4), a compatibilidade entre eles influenciou diversos pensamentos, como "repensar a vida por meio do vestuário, rever o sistema da moda, criar sinergias arte-moda para imprimir alma à indústria, enfim, empregar o vestuário como suporte da expressão artística". Sendo assim, o vestuário é considerado uma maneira de representar a personalidade e a identidade de cada um, capaz de simbolizar uma ideologia ou até mesmo uma crítica da sociedade, podendo ser interpretado por questões teóricas e técnicas.

Assim como diversos movimentos artísticos como Futurismo e Cubismo, o Surrealismo também influenciou fortemente as interpretações sobre a moda, desde a criação até seu registro decorativo e tradução em imagens. Principalmente até os anos 50, as revistas de moda apostavam vigorosamente

em imagens com espírito surrealista, isto é, com características que representavam o caráter irreal das criações de moda por meio de exibições fantasiosas. De acordo com Torre (2016), foi possível identificar conexão entre o Surrealismo e a moda quando os primeiros esboços e traços de Breton foram conhecidos como Surrealismo e, então, começaram a ser traduzidos para as roupas e as imagens oníricas. Neste cenário, André Breton (apud MULLER, 2000, p. 9) considera que, para evitar criações conservadoras ao pegar referências de movimentos artísticos do passado, o Surrealismo deveria revitalizar a moda, o que foi identificado a partir das fotografias de Man Ray e com as criações de Elsa Schiaparelli.

Man Ray, além de pintor e cineasta, era um retratista que se voltou à fotografia de moda pelo dinheiro, mas a utilizou como forte incentivo para sua própria arte. Como colaborador de revistas como *Vue*, *Vogue* e *Harper's Bazaar*, de acordo com Moholy-Nagy (apud MULLER, 2000, p. 10), Ray produzia fotos que buscavam “sondar o enigmático, o estranho e inabitual no comum” (Figura 6 e 7) e, além disso, “contribuiu para experimentações que possibilitaram a criação de imagens secretas da fantasia, temas da obsessão interna e da ansiedade reprimida, além das inovações gráficas”.

Figura 6 - Obra de Man Ray (1).



Fonte: Man Ray, Lágrimas de Vidro (1932).

Figura 7 - Obras de Man Ray (2).



Fonte: Man Ray, O Violino de Ingres (1924).

Enquanto isso, Elsa Schiaparelli, estilista italiana, realizou sua primeira manifestação de moda no ano de 1927 com seus famosos suéteres *tromp-l'oeil*, tatuagens de marinheiros e malhas-esqueleto (figura 8). Estas peças criadas por Schiaparelli são representações das atitudes surrealistas da época, que seria para afrontar a burguesia. Ainda, conforme Muller (2000, p.10), após a intensa atividade de Salvador Dalí para fundamentar seu método “paranoico-crítico” ter gerado um escândalo publicitário, Elsa Schiaparelli lançou diversas obras de caráter surrealista, tais como: vestidos de lagosta gigante, bolsa-telefone, chapéu-sapato, chapéu-costeleta, televisão-bracelete, maiôs com seios nas costas, entre muitas outras, cujo algumas estão representadas nas figuras 9 e 10.

Figura 8 - Obras de Elsa Schiaparelli (1).



Fonte: Elsa Schiaparelli, Suéter *Trompe-l'oeil*, 1927; Vestido Esqueleto (1938).

Figura 9 - Obras de Elsa Schiaparelli (2).



Fonte: Elsa Schiaparelli (1936).

Figura 10 - Obras de Elsa Schiaparelli (3).



Fonte: Elsa Schiaparelli, Chapéu-sapato (1936).

A partir das obras apresentadas nas figuras acima, é possível perceber que as criações surrealistas são muito criativas e instigam o espectador. Sendo assim, a estética surrealista no mundo da moda traz às ruas roupas bem diferentes do comum, o que serve não somente como forma de representação de personalidade, mas também como expressão de ideais e críticas à sociedade.

A aproximação do mundo da arte e da moda, embora tenha deixado vários rastros durante todo o século 20, só foi oficialmente reconhecida no início dos anos 1980, quando a moda deixa de ser

considerada algo somente de caráter fútil e passa a ser reconhecida como forma de expressão cultural. Isso ocorreu, principalmente, a partir do surgimento do *prêt-à-porter* – uma atividade industrial que efetivou a democratização da moda. Com isso, embora sejam criações muitas vezes sazonais, foram criados museus de moda, onde seria possível guardar e apreciar as criações.

De acordo com Garcia (2019, p.3), a arte é comunicação através de signos e, no Surrealismo, estes signos são “dissolvidos, alterados ou distanciados de seu contexto”, bem como refletem “o acaso, a loucura, aos sonhos, as alucinações, o delírio ou o humor” - temas fornecidos pelo inconsciente e subconsciente. Interessados na mesma arte, artistas como Elsa Schiaparelli e Salvador Dalí modificaram o olhar criativo do século 20, levando revoluções aos museus de arte e de moda. Sendo assim, as influências do surrealismo na moda se manifestaram em estampas, chapéus e diversos outros elementos que alcançaram projeções de alcance internacional.

Além das associações artísticas das peças, a moda surrealista, principalmente as criações de Schiaparelli, teve grande influência sobre a valorização da mulher dos anos 1930. As criações da artista “foram consideradas ousadas, vanguardistas e, para alguns, extravagantes, pois não se limitavam à silhueta ou à simplicidade vigente no contexto da época, e sim, evocava elementos surreais, de forma inusitada, impactante e divertida” (GARCIA, 2019, p.4). Nesse sentido, Garcia (2019) considera que a relação entre moda e surrealismo ressignificou o vestuário moderno, o qual se tornou um tema contemporâneo e, conseqüentemente, uma linguagem.

Atualmente, a moda deve respeitar e compreender a liberdade política e suas diversidades sem deixar de representar a cultura visual contemporânea e a identidade de cada um, “pois se torna a segunda pele do indivíduo e marca toda a sua relação com os outros e com a sociedade” (GARCIA, 2019, p.10). De maneira análoga, a moda encontrou na arte surrealista a possibilidade de dar significado e representar as personalidades através dos estudos do inconsciente do ser humano, bem como quebrar padrões estéticos, de criação e de consumo. Além disso, “o final do século XX foi marcado por dois segmentos: a moda que faz “arte” e a arte que expressa através da moda, permeados pela liberdade de somar a moda outras mídias e outros significados” (GARCIA, 2019, p.11).

Sendo assim, com todas as fundamentações teóricas apresentadas que abrangeram desde as práticas do *slow fashion* até o surrealismo, que será a inspiração desta coleção, o próximo passo para o desenvolvimento deste trabalho será a realização das etapas metodológicas descritas por Treptow (2013), que ocorrerá no próximo capítulo.

#### 4 METODOLOGIA

O desenvolvimento deste projeto seguirá as etapas da metodologia de Treptow (2013), que é voltada ao desenvolvimento e planejamento de coleções de moda. Esta metodologia apresenta uma organização separada em dois módulos que se baseiam na criação, produção e venda de produtos. O primeiro módulo é composto pelos títulos: Moda e coleção; O consumidor e a marca; Gestão do design e Pesquisa em moda. Já o segundo: Planejamento; Design; Desenvolvimento e Promoção e Comercialização. Treptow (2013) sugere que a sequência de etapas metodológicas seja iniciada nos processos de design e em seguida no desenvolvimento do produto, considerando estratégias de marketing e produção.

Ao abordar o assunto “Moda e Coleção”, Treptow (2013) destaca que a identidade da marca, o tema da coleção e o perfil do consumidor devem ser contemplados pela coleção. Além disso, é importante enfatizar a definição do perfil do consumidor e da marca, os quais são definidos na seção nomeada “O consumidor e a marca”, uma vez que toda coleção deve atender às necessidades e desejos do seu público consumidor, expressando, assim, a identidade da marca. De maneira análoga, Treptow (2013, p. 58) considera a construção da marca tão essencial por que “a marca é superior ao produto, pois o produto muda a cada estação, e a marca [...] possui uma permanência maior do que as coleções”.

Já na seção sobre gestão do design, a autora supracitada afirma que é necessário avaliar a capacidade produtiva interna e externa, as coleções anteriores e o calendário de vendas, a fim de garantir que os aspectos produtivos, mercadológicos e psicológicos estejam alinhados. A partir dessas avaliações, será possível planejar a coleção, entender como a empresa é conhecida no mercado e definir os preços das peças da coleção.

Em seguida, na seção de pesquisas em moda, estão a pesquisa de comportamento, a comparativa de mercado, a tecnológica, a de vocações regionais, a de tendências e, por fim, a de tema de coleção. Estas investigações são essenciais para embasar o desenvolvimento da coleção e garantir que ela seja assertiva.

A pesquisa de comportamento torna viável a identificação dos hábitos de consumo e os gostos dos consumidores-alvo, bem como detectar as ações de venda da concorrência e a sua estipulação de preços ao realizar a pesquisa comparativa de mercado. Ainda, a pesquisa tecnológica e a pesquisa de vocações regionais resultam em informações sobre as necessidades do público de determinada região e suas inclinações à tecnologia.

Posteriormente, a partir da pesquisa de tendências será possível identificar cores, tecidos, aviamentos, estilos e designs que podem ser “tendências de comportamento e focos de interesse dos consumidores” (TREPTOW, 2013, p. 84). Por fim, a pesquisa de tema de coleção abordará elementos como o conceito da coleção e ideias para ensaios fotográficos, estilos de anúncios, entre outros, que influenciaram diretamente na criação dos croquis de moda. Dentre todas estas pesquisas apresentadas por Treptow (2013), para o desenvolvimento deste trabalho foram escolhidas as seguintes: pesquisa de comportamento, pesquisa comparativa de mercado, pesquisa de tendências e a pesquisa de tema de coleção.

De acordo com o segundo módulo da metodologia de Treptow (2013), a primeira fase é a de planejamento, quando é elaborado o *briefing*, o cronograma de coleção, os parâmetros e sua dimensão, que servem de referência para atingir os objetivos da coleção. Na próxima fase que se refere ao design, são definidos os princípios e os elementos de design, que são compostos pelos seguintes elementos: a inspiração da coleção, as cores, os tecidos e os aviamentos.

Na etapa de desenvolvimento de coleção, Treptow (2013) a divide em modelagem, protótipo, reunião de aprovação, gradação e encaixe, ficha técnica, formação de preço de venda, mostruário e produção. Por fim, a coleção passa pela etapa de promoção e comercialização, onde são identificadas diferentes maneiras de lançar, divulgar e comercializar a coleção.

A seguir, se apresenta as etapas metodológicas de Treptow (2013) adotadas para o desenvolvimento do presente projeto.

Quadro 1 - Etapas metodológicas.

Pesquisa em Moda	Pesquisa de comportamento
	Pesquisa comparativa de mercado
	Pesquisa de tendências
	Pesquisa de tema de coleção
Planejamento	Reunião de planejamento / <i>Briefing</i>
Design	Inspiração
	Cores
	Tecidos
	Aviamentos
	Elementos de design
	Princípios de design
	Desenhos
	Esboços
	Croqui
	Seleção da coleção
Desenvolvimento	Ficha técnica
	Modelagem
	Protótipo
	Ficha Técnica
Produção	Produção
Book	Desenvolvimento do book

Fonte: Treptow (2013); adaptado pela autora (2021).

O quadro acima descreve as etapas que serão realizadas no desenvolvimento deste trabalho. A partir disso, é possível perceber que a sequência da metodologia compreende desde as pesquisas, o planejamento, até a produção das peças da coleção. Sendo assim, a próxima seção se refere à realização das pesquisas apontadas para o desenvolvimento metodológico.

#### 4.1 PESQUISA DE COMPORTAMENTO

Para Treptow (2013), a pesquisa de comportamento consiste no estudo de observação e análise das práticas do mercado e dos consumidores, a fim de entender suas características culturais, sociais, pessoais e psicológicas. Nesse sentido, o fato de que a moda está sempre em evolução torna necessário o estudo atualizado e aprofundado destas questões, tendo em vista que essas mudanças impactam diretamente o mundo da moda. Além disso, o comportamento da sociedade influencia não somente os gostos dos consumidores, mas também seu comportamento durante os processos de escolha ou de decisão de compra.

Neste momento, gostos musicais, de estilo de filmes e até mesmo ídolos e celebridades que o público-alvo admira são fatores importantes e relevantes para esta pesquisa. Isso por que essas informações tornam viável a definição de um perfil de consumidor e a criação de produtos que satisfaçam seus desejos e necessidades (TREPTOW, 2013). De maneira análoga, para Pinho (2004), os lugares para os quais o público gosta de viajar ou a cidade com a qual ele se identifica, pode ser representado por meio de estampas, por exemplo, gerando interesse e afinidade com a marca. Portanto, para que essa pesquisa seja possível, existem diversos pesquisadores especializados que acompanham as mudanças de comportamento do mundo e são capazes de prever algumas tendências, tanto micro quanto macro, para os próximos anos.

É importante ressaltar, ainda, que as pesquisas que identificam as mudanças no comportamento e preferências dos consumidores não pretendem oferecer respostas diretas para a elaboração de novos produtos, mas devem ser utilizadas para identificar oportunidades e estratégias de negócios (TREPTOW, 2013). Caso haja uma constatação, através de pesquisa, que uma grande porcentagem dos consumidores da região sul do Brasil se preocupa com as questões ambientais, esse seria um bom indício de que apostar em práticas mais sustentáveis seria adequado a esse público-alvo. Além disso, a partir desta pesquisa será possível identificar estratégias para melhorar e direcionar o processo de desenvolvimento da coleção. Portanto, cabe aos designers e empresários interpretar os traços de comportamento da sociedade e identificar novas oportunidades.

De acordo com Carla Buzasi (2021), diretora geral do WGSN – líder mundial em previsão de tendências, a pandemia do coronavírus é o maior propulsor global de mudanças dos últimos tempos, resultando em novos hábitos de consumo e em um novo cenário para a indústria. À medida que o mundo é confrontado com uma nova realidade, é exigido muita flexibilidade, resiliência e, acima de tudo, criatividade, tanto por parte das pessoas quanto das empresas. Conforme o WGSN (2021), as pesquisas deste ano preveem três perfis de consumidores para os anos seguintes: estabilizadores, comunitários e novos otimistas. Portanto, é notável que as próximas coleções de moda devem se adequar à situação mundial e, conseqüentemente, agradar a estes perfis de público.

Na mesma linha dos perfis de consumidores previstos pela WGSN (2021), para o desenvolvimento desta coleção de moda foi determinado o foco em mulheres contemporâneas, atualizadas e modernas, que tendem a ter um gosto refinado da moda. Segundo Magalhães (2020), a característica marcante do estilo elegante é sempre apresentar um ponto que chame atenção no look, podendo ser uma peça com cor vibrante, um detalhe diferenciado ou um acessório mais ousado. Conforme Duarte (2014), faz sentido associar o estilo elegante ao estilo contemporâneo, uma vez que a

mulher contemporânea transmite muita confiança, elegância, sucesso e segurança por meio da sua imagem. Por isso, com base nas pesquisas, esta coleção apresentará mesclas de estilos, assim acrescentando a estética do surrealismo.

Ainda sobre a mulher-alvo do presente trabalho, a qual se encaixa na faixa etária de 24 a 40 anos, ela preza pelo conforto, praticidade e sustentabilidade na produção das peças e na hora de consumir. Comumente, mulheres desta idade são inovadoras, otimistas, são abertas a novidades e aproveitam oportunidades de evoluir. Na mesma linha, a WSNG (2021) pondera sobre essas mulheres que buscam por peças funcionais que se adequem ao seu estilo de vida sem deixar de lado sua personalidade. Além disso, são trabalhadoras, práticas, vaidosas e apaixonadas por arte e moda.

No objetivo de representar o público-alvo desta coleção de moda, foi desenvolvido um painel semântico (Figura 11).

Figura 11 - Painel de comportamento.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

O painel semântico elaborado traduz um pouco dos gostos do público-alvo deste trabalho. Como é possível perceber, o painel apresenta diversos elementos que irão inspirar o processo criativo da coleção, tais como viagens, arte, alegria e simplicidade. Além disso, é transmitida, também, uma coragem de ser diferente, de ser feliz e aproveitar momentos únicos.

Portanto, para Treptow (2013), tais análises auxiliam no direcionamento do desenvolvimento da coleção, afinal já se sabe em qual público focar. Na seção seguinte, serão analisadas algumas possíveis concorrentes para identificar estratégias de mercado e comparar produtos.

## 4.2 PESQUISA COMPARATIVA DE MERCADO

Segundo Treptow (2013), a análise da concorrência é uma etapa importante para o desenvolvimento da presente pesquisa, tendo em vista que as empresas concorrentes têm o objetivo de satisfazer e conquistar um mesmo público. Além de ser possível identificar quais foram as ações assertivas da concorrência para incorporá-las, essa pesquisa serve de inspiração para determinar preços e estratégias de vendas e comunicação.

Nesta etapa metodológica, o levantamento de dados quantitativos e qualitativos do mercado auxiliam na identificação das oportunidades e problemas da área, bem como das necessidades e expectativas do consumidor. Cabe ressaltar, aqui, que o designer não deve limitar seu processo criativo a partir das análises da concorrência, mas sim inspirar sua criatividade para se diferenciar dos demais. Dessa maneira, foi executada uma pesquisa detalhada de marcas e seus produtos que focam em um público em comum ao desta coleção ou se inspiram em um mesmo tema. Portanto, nos quadros 2 a 4 estão descritas peças de moda de marcas concorrentes como Elsa Schiaparelli, Moschino e Psicotrópica.

Quadro 2 - Pesquisa Comparativa de mercado.

Modelo			
Empresa fabricante	Schiaparelli	Schiaparelli	Schiaparelli
Nome	Luvas infinitas de casaco curto dourado.	Calças retas em crepe <i>cady</i> estampado.	Vestido drapeado com joias.
Características	Jaqueta de lã preta sem gola com mangas que se estende em luvas pretas. O zíper possui cadeado em latão dourado e bolsos são bordados em fios de ouro.	A calça possui impressão tirada de uma colagem original do diretor artístico Daniel Roseberry. Os detalhes elegantes incluem debrum nos bolsos traseiros e botões de bijuteria exclusivos.	Vestido de sarongue drapeado em sarja de seda em sarja de seda. Apresenta impressão digital de joias icônicas da Schiaparelli.
Materiais	100% Lã	100% Viscose	100% seda
Diferencial	Elsa popularizou e batizou a cor rosa-choque, levou o surrealismo para as roupas e acessórios de uma forma única, transformando cada peça em obra de arte, e influencia criadores até hoje. A migração de elementos inusitados da arte que subtraíram seu design do comum foi marcante para as obras de Schiaparelli que misturam arte e moda. SCHIAPARELLI (2021).		
Cor	Preto	Rosa	Preto
Preço	5 400 €	1 800 €	3 900 €
Local de venda	Lojas <i>online</i>	Lojas <i>online</i>	Lojas <i>online</i>

Fonte: Schiaparelli (2021).

Quadro 3 - Pesquisa Comparativa de mercado.

Modelo			
Empresa fabricante	Moschino	Moschino	Moschino
Nome	Vestido manto	Vestido patchwork com laço	Cropped top em gabardine slogan e flores
Características	Vestido com manto em pufe com ombros nus, mangas compridas, lapelas de pico, fechamento de botão frontal, interior forrado.	Vestido patchwork em tecido duchesse e motard com mangas balão e laço na cintura, inserção de tecido de motociclista com detalhes de metal, manga comprida com ombro volumoso, laço costurado na cintura, zíperes de metal funcionais, bainha assimétrica fecho lateral com zíper escondido.	Top decote em gabardine de algodão elástico com estampa de Slogan & Flowers e correntes de garoupa bordadas à mão, impressão com slogan e flores completas, detalhes simples, correntes de garoupa folheadas a ouro.
Materiais	100% poliéster	55% poliéster 45% poliuretano.	98% algodão, 2% elastano.
Diferencial	A Moschino é uma grande grife italiana criada em 1983 pelo Italiano Franco Moschino que trouxe irreverência, humor e sua paixão pelo teatro para a moda, muitas vezes a satirizando, trazendo uma moda divertida e bem-humorada inspirada na estética surrealista. MOSCHINO (2021).		
Cor	Preto	Amarelo	Branco
Preço	USD 1.565,00	USD 2.545,00	USD 1.025,00
Local de venda	Loja <i>online</i> , física e multimarcas.	Loja <i>online</i> , física e multimarcas.	Loja <i>online</i> , física e multimarcas.

Fonte: Moschino (2021).

Quadro 4 - Pesquisa Comparativa de mercado.

Modelo			
Empresa fabricante	Psicotrópica	Psicotrópica	Psicotrópica
Nome	Vestido longo reto rainha.	Macacão ilha paradiso.	Vestido camisa facetas.
Características	Vestido longo reto, essa estampa faz parte do projeto social Surto Criativo.	Macacão com modelagem confortável, possui elástico na cintura.	Vestido Camisã com modelagem ampla, descomplicada e moderna.
Materiais	100% viscose.	100% viscose	100% viscose
Diferencial	A Psicotrópica é um elo entre artistas usuários da Rede de Saúde Mental e os consumidores, pois desenvolve um projeto chamado de "Surto Criativo", que tem como objetivo dar visibilidade e remunerar às estampas de arte genuína de pessoas geniais e sua maneira de ver e entender o mundo. O resultado é uma nova forma de fazer moda. PSICOTRÓPICA (2021).		
Cor	Bordô	Branco	Branco
Preço	R\$298,00	R\$269,00	R\$259,00
Local de venda	Loja <i>online</i> e feiras.	Loja <i>online</i> e feiras.	Loja <i>online</i> e feiras.

Fonte: Psicotrópica (2021).

A partir dos quadros, foi possível perceber alguns aspectos em comum entre as marcas, como, por exemplo, as cores, pois todas elas trabalham com cores sóbrias, como preto, e cores vivas, como o amarelo e o rosa. Sendo assim, nota-se que o contraste utilizado entre as cores é uma característica a ser incorporada durante a criação desta coleção, pois representa a estética surrealista.

Elsa Schiaparelli, como já apresentada nas seções anteriores, é uma estilista que "popularizou e batizou a cor rosa-choque, levou o surrealismo para as roupas e acessórios de uma forma única, transformando cada peça em obra de arte, e influencia criadores até hoje" (HELENA, 2020). Com a marca fundada em 1927, Schiaparelli iniciou criando trajes de banho em tricô e roupas para a prática de esqui (Figura 12).

Figura 12 - Traje de esqui por Elsa Schiaparelli.



Fonte: Elle (2020).

Por suas obras inconfundíveis, criadas com inovação, e ousadia, sua personalidade forte e o pioneirismo eram alguns dos diferenciais do trabalho da estilista. Schiaparelli faleceu em 1973 e, por conta disso, sua marca foi perdendo espaço no mercado, até que a marca Schiaparelli foi relançada em 2012, por Diego Della Valle, proprietário da marca de artigos de couro Tod's. e até hoje se mantém como uma das grandes grifes, sendo até considerada rival da Chanel (ELLE, 2020). No que tange aos produtos vendidos atualmente, é possível perceber ainda grande influência do Surrealismo, tanto nas estampas como nas modelagens. Além disso, os preços, em comparação às outras marcas, são altos.

Já a Moschino, marca italiana lançada em 1983, é considerada "irreverente, irônica e autoindulgente" (MUNDO DAS MARCAS, 2018, p.1). Para entender as criações da empresa, cabe analisar a trajetória do designer Franco Moschino e a sua relação com o mundo da moda. Franco, nasceu em 1950 em uma cidade localizada a poucos quilômetros da terra da moda, a famosa cidade de Milão. Depois de iniciar seus estudos em desenhos na Academia de Belas Artes de Milão, Moschino teve a oportunidade de trabalhar com Gianni Versace, dono da Versace, grife italiana internacionalmente reconhecida. As criações do estilista tinham forte inspiração do cinema e ele se tornou reconhecido como um dos nomes mais ousados e inovadores. Dessa maneira, em 1989, inaugurou suas duas primeiras lojas em Milão.

Franco Moschino faleceu precocemente aos 44 anos. Entretanto, mesmo sem a presença física de Franco Moschino na direção, "a personalidade do estilista foi impressa de forma tão permanente na história da moda e na marca, que até hoje norteia as criações da grife e garante o sucesso dos produtos mundo afora" (MUNDO DAS MARCAS, 2018). Atualmente, a marca Moschino continua transmitindo a jovialidade e rebeldia por meio de suas roupas, acessórios e perfumes, de modo que o humor, o estilo e a alta-costura estejam alinhados. Como é possível perceber através das tabelas comparativas de mercado, as peças possuem recortes marcantes e mistura de tecidos, estampas, aviamentos e caimentos. Sendo assim, os principais diferenciais da marca Moschino são a qualidade superior de matérias-primas nobres, as estampas exclusivas, os ternos bem estruturados e pelas aplicações únicas, que tornam as coleções inconfundíveis.

Enquanto isso, a Psicotrópica, marca brasileira fundada em 2017, se considera “uma janela onde artistas usuários da rede de saúde mental podem ser quem eles quiserem, mostrando seu jeito de ver e entender o mundo” (PSICOTRÓPICA, 2021). Além disso, a empresa é focada no consumo consciente e com produções em pequena escala. Entretanto, o carro-chefe da marca é o desenvolvimento do projeto chamado Surto Criativo, que busca artistas na Rede de Saúde Mental e transforma suas obras em estampas, a fim de dar visibilidade e remunerar esses artistas. Sendo assim, é uma marca que representa efetivamente um dos grandes fundamentos do Surrealismo, que é a análise do inconsciente do ser humano. Como usuários da Rede de Saúde Mental, estes artistas são capazes de traduzir em suas obras sua criatividade e pensamentos mais profundos, como afirma Raiana Pires, dona da marca, ao falar que “a moda da etiqueta é estampar a loucura e personalidade intrínseca de cada um por meio de suas criações artesanais, feitas em pequena escala e, sobretudo, psicotrópicas – onde a moda interliga-se com a arte” (JS, 2019). Dessa maneira, a Psicotrópica se preocupa com as práticas de consumo e com o aprofundamento psíquico e foca em estampas, que abusam de muitas cores.

Diante da pesquisa, é possível tirar alguns aspectos em comum entre elas, bem como algumas ações diferentes. É importante ressaltar que esta pesquisa deve apenas inspirar, mas não limitar a criatividade do designer da presente coleção. Sendo assim, nota-se que os preços são realmente discrepantes entre as marcas, o que pode ser explicado pelo fato da Schiaparelli e da Moschino serem grifes internacionais, enquanto a Psicotrópica é uma marca nacional, além do tempo de mercado de cada uma. Já em relação aos pontos em comum, estão as vendas *online* e a estética. Todas as marcas são comercializadas através de seus sites próprios. Além disso, os modelos e cores têm bastante características em comum, como as cores fortes e combinações contrastantes, o que deve ser incorporado à coleção a ser desenvolvida neste trabalho.

Portanto, a partir destes resultados da pesquisa comparativa de mercado, a pesquisa de tendências elaborada na seção seguinte agrega no direcionamento da criação da presente coleção.

#### 4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

Como já abordado antes, a pesquisa deve ser algo constante para um designer de moda, uma vez que é o início de todo o processo de criação. Nesse sentido, a pesquisa de tendências é usada para analisar o comportamento dos consumidores e do mercado no futuro, trazendo informações estratégicas para os processos criativos de toda a cadeia produtiva de moda. Para Treptow (2013, p.78), os escritórios de previsão de tendências pesquisam os desejos e ansiedades do mercado, acompanham novos lançamentos e monitoram a reação do mercado, a cores, design e produtos. Durante esse estudo, é possível determinar, por exemplo, quais produtos, cores e designs estão saturados no mercado e perdendo o interesse do consumidor e quais estão associados com a sensação de novidade e desejo.

De acordo com Sant’Anna e Barros (2010), as informações adquiridas através dessa etapa metodológica são estratégicas para os processos de produção de moda. Além disso,

a importância da pesquisa de tendência se dá justamente neste cenário em que a inovação dos produtos de moda necessita ser guiados pelas oportunidades de mercado, pois as empresas de moda devem criar produtos que os clientes não só os desejem, mas que efetivamente os consumam (SANT'ANNA; BARROS, 2010, p. 2).

Nestas pesquisas sobre tendências, identificou-se dois grandes grupos: as macrotendências e as micro tendências. As microtendências, embora atuem de forma mais efetiva no nosso dia a dia e também impactem o consumo, elas tendem a ter breve duração, sem gerar grandes repercussões. Enquanto isso, as macrotendências são consideradas grandes movimentos que influenciam a sociedade, a cultura e o consumo, por um período de tempo mais longo e com maior alcance. Segundo Massonier (2008), elas são fenômenos que designam determinadas trajetórias de transformação dentro das sociedades.

Sendo assim, são citados como exemplo de macrotendências no site do *World Global Style Network* a tecnologia, a sustentabilidade, o novo velho, o movimento feminista, o movimento sem gênero e a adoção do *home office*. Ligado com a sustentabilidade está o *slow fashion*, conceito importante para este trabalho acadêmico, o qual tem estado em ascensão quando se fala em produção e consumo consciente das roupas, uma vez que está atrelado a hábitos de consumo responsáveis, valorização de produtores locais e produção de itens com mais qualidade e durabilidade.

Para diagnosticar as tendências, os especialistas estão sempre atentos aos pontos em comum das coleções de moda lançadas, em revistas, desfiles ou em sites. O WGSN (World Global Style Network) foi criado em 1998 e é, possivelmente, o maior banco de informações sobre tendências de moda na internet. Para identificar as diversas previsões que o site oferece, são utilizadas metodologias consolidadas de pesquisa, como pesquisas qualitativas e quantitativas, monitoramento de redes sociais e do meio artístico e *coolhunting*, onde caçadores de tendências fazem pesquisa de campo. Portanto, a partir dos relatórios de tendências e da pesquisa de confirmação, designers podem utilizar essas informações como inspiração durante o processo criativo de suas coleções.

Ainda nessa linha, é importante destacar uma forte influência da Pantone, empresa conhecida por padronizar um sistema de cores mundial, capaz de determinar as cores do ano, isto é, aquelas que serão mais utilizadas tanto para o mundo da moda, quanto para a arquitetura, para a papelaria, para a tecnologia, entre outros. A psicologia das cores, portanto, deve estar diretamente ligada às informações da pesquisa de comportamento do consumidor, uma vez que conectam as cores às emoções. Sendo assim, as cores do ano de 2022 que foram classificadas pela Pantone são: o tom amarelo *Illuminating*, que é aconchegante e brilha com vivacidade, evocando a promessa otimista de um dia ensolarado, e o *Ultimate Gray*, um tom de cinza mais calmo que traz compostura, resiliência e uma base rígida para a construção do novo futuro.

Ainda sobre a pesquisa de tendências nas cores, a Coloro (The Color Code), que também é uma empresa fundadora de uma nova escala de cores, é parceira do WGSN e interage com suas pesquisas, apresentando mais algumas cores como tendência para 2022. Portanto, as cores que estarão em alta, indicadas pela Coloro, são: Orchid Flower, um rosa vibrante, Atlantic Blue, um azul profundo, e Mango Sorbet, um laranja no tom da manga.

Nessa etapa metodológica, segundo Treptow (2013, p.82), a elaboração de um painel de tendências deve auxiliar o designer a interpretar todas as tendências identificadas até aqui. Por isso,

foi elaborado um painel semântico (Figura 13), a fim de inspirar o processo criativo da coleção, pois apresenta alguns elementos de estilo que podem ser utilizados para que se apresente contextualizada com os demais lançamentos do mercado.

Figura 13 - Painel de tendências.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

As principais tendências representadas no painel acima são as cores e as modelagens, pensadas para um consumidor que preza pelo conforto, praticidade e sustentabilidade e tem forte ligação com arte e com moda. Portanto, para o aprofundamento das pesquisas, a seção seguinte aborda o tema a ser seguido na coleção.

#### 4.4 PESQUISA DE TEMA DE COLEÇÃO

A definição do tema da coleção é essencial para inspirar o processo criativo, para que, através da pesquisa, surjam informações e elementos a serem incorporados. Para Treptow (2013), embora essa pesquisa sirva para nortear o trabalho do designer, a experiência comprova que muitos acabam escolhendo os temas de suas coleções baseados na própria sensibilidade e nas leituras das tendências atuais, com intuito de manifestar a proposta do criador. Portanto, para aperfeiçoar a criatividade "o designer deve pesquisar o tema escolhido, buscando elementos de inspiração que possam ser transportados para as roupas" (TREPTOW, 2013, p. 84), tornando possível a criação de peças em acordo com o tema escolhido como conceito da coleção.

Além disso, o processo criativo de moda não é linear, uma vez que acumula informações de fontes primárias e secundárias sem obedecer a uma ordem específica, de acordo com Treptow (2013). Neste caso, a pesquisa primária é aquela em que o pesquisador mantém contato direto com o objeto

pesquisado, enquanto a pesquisa secundária é quando o pesquisador coleta informações filtradas e interpretadas por outros.

Sendo assim, o tema escolhido para este projeto de coleção de moda, são as obras surrealistas de Elsa Schiaparelli, Salvador Dalí e René Magritte. A estilista Schiaparelli italiana nasceu em 10 de setembro de 1890, em Roma. Filha de uma família de intelectuais e aristocratas, estudou psicologia na Universidade de Roma, ao mesmo tempo que era fascinada em mitologia, religião e na história antiga. Depois de vários acontecimentos em sua vida como divórcio e mudança para Nova Iorque, foi apenas aos 32 anos de idade que, em Paris, Elsa teve seu primeiro contato com a moda (PORTAL SÃO FRANCISCO, 2021).

Segundo o referido site Portal São Francisco (2021), já em 1928, depois de se tornar conhecida por seu estilo audacioso e por executar belos improvisos em suas roupas, Schiaparelli abriu uma loja chamada *Pour le Sport* e, apenas um ano depois, inaugurou sua própria *maison*. Ao abrir sua primeira boutique em sociedade com Gabrielle Picabia, Elsa foi apresentada a grupos de amigos influentes no mundo das artes. Gabrielle trabalhava para Paul Poiret e usava roupas criadas por Schiaparelli, o que acabou chamando a atenção do costureiro. Desde então, a influência de Poiret sobre o trabalho de Schiaparelli foi muito importante durante sua carreira na moda.

Os trabalhos de Elsa eram majoritariamente focados em divertir, seja de maneira espirituosa, seja chocando os espectadores com suas roupas elegantes, sofisticadas e excêntricas, que garantiam grande número de admiradores e clientes. Além disso, seus trabalhos recebiam forte influência de pintores surrealistas, como Salvador Dalí e Jean Cocteau, bem como de movimentos artísticos como o Cubismo e o Surrealismo. Nesse mesmo sentido, um dos grandes diferenciais das suas criações era a capacidade que a estilista tinha de garantir a funcionalidade e a feminilidade, mesmo com tantas influências excêntricas de outros movimentos artísticos.

A relação da autora com a arte e com a moda era frequentemente reiterada por ela, como quando enunciou o seguinte: "uma ou duas vezes pensei que em vez de pintura e da escultura, técnicas que conhecia bem, eu poderia inventar vestidos. Para eu criar roupas não é uma profissão, mas uma arte" (ELLE, 2020). Estes aspectos das criações de Schiaparelli podem ser observados na figura 14, painel composto pelas maiores obras de sua carreira.

Figura 14 - Painel de tema de coleção inspirado na obra de Elsa Schiaparell.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

O processo de criação de Schiaparelli era muito livre. Muitas vezes, buscava inspiração em livros do Egito, na renascença italiana e nos circos. Até que, em 1933, a estilista introduziu a chamada “manga pagode”, influenciada pela moda egípcia, e os ombros largos, que caracterizariam a moda até o chamado New Look. Entretanto, em 1973, Elsa Schiaparelli faleceu, deixando um legado intocável de criações que até hoje são homenageadas e representadas pela sua marca, comprada e relançada, em 2012, por Diego Della Valle, atual proprietário da marca.

Ainda como inspiração desta coleção, há o artista Salvador Dalí. Segundo o site Sala de Artes (2016), o artista ficou conhecido pela excentricidade e pelo seu exibicionismo e em vários momentos da carreira se mostrou diferente dos demais artistas, seja por suas obras ou por suas atitudes. O pintor Salvador Dalí foi introduzido na alta sociedade por amigos artistas como Magritte, quando também foi apresentado a Elsa. Juntos, iniciaram o movimento surrealista na moda com o intuito de provocar a burguesia da época, desenvolvendo modelos que desafiavam a lógica, a estética e as regras do vestuário.

As obras de Dalí possuíam um estilo único, sendo considerado ousado, vanguardista e libertador. O artista era considerado multifacetado por ter participado de trabalhos nas áreas do cinema, da literatura, da escultura, da ilustração e da fotografia (DIANA, 2020). Portanto, a obra de Dalí é marcada por imagens oníricas e subconscientes, abusando de corpos e objetos que derretem e se fundem, como pode ser observado na figura 15.

Figura 15 - Paineis de tema de coleção inspirado na obra Salvador Dalí.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

A obra Rosto de Mãe West, conforme Aidar (2020), foi feita após a estadia do artista em Hollywood, onde teve contato com diversos astros do cinema, entre eles a diva West. O pintor ficou impressionado com a postura da atriz, a qual era considerada um *sex symbol* da época, por isso acabou pintando a obra inspirada em seu rosto.

Já na Criança Geopolítica Observando o Nascimento do Homem Novo (Figura 15), conforme a autora supracitada, este trabalho representa a preocupação do artista diante dos ocorridos no período em que vivia, logo após a Segunda Guerra. A composição representa uma mulher e uma criança assistindo ao nascimento de um homem por meio de uma rachadura no globo terrestre.

Seguindo as obras de Dalí, a tela Girafa em Chamas (Figura 15), segundo Aidar (2020), foi produzida durante a Guerra Civil Espanhola. Para esta obra, o artista utiliza a girafa como símbolo de previsão de grandes desastres. Ao mesmo tempo, a mulher com o corpo composto por gavetas não possui feição, que simbolizaria desespero. Como é possível perceber, há diversos elementos psicanalíticos que representam a interpretação do artista sobre o momento de guerra no qual a Espanha estava.

Conforme Aidar (2020), a obra Cabeça Rafaellesca Arreventada (Figura 15), foi a primeira vez que Salvador Dalí fragmentou a figura humana em micropartículas, chamadas por ele de "partículas paranoicas". Nesta pintura, Dalí simboliza uma cabeça feminina composta por imagens que lembram espermatozoides ou chifres de rinoceronte. Além disso, há uma representação de atmosfera divina produzida por uma abertura no topo da cabeça da figura por onde entra um fecho de luz solar amarelada.

Na última obra de Salvador Dalí encontrada na figura 15, o site Uob Journal (2020, np) diz que a construção da pintura O Homem Invisível "é baseada nos "três pilares": a influência ativa da luz; a

complexidade e densidade de todos os planos; a interação dos planos da imagem, seus episódios, figuras e imagens”.

Além disso, outro artista que será usado como referência estética é René Magritte, que retratava objetos realistas, como portas, animais, olhos e janelas, só que em composições inesperadas e fantásticas, conforme a figura 16.

Figura 16 - Painel de tema de coleção inspirado na obra René Magritte.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Segundo Paulino (2020), a obra Clarividência é um autorretrato do artista, que pretende incentivar às pessoas a encarar com mais atenção as coisas ao seu redor e pensar não tanto no que eles mostram, mas naquilo que está oculto. Já o Duplo Segredo, conforme o Blog da Audiodescrição (2011), o artista desejava desvelar o enigmático, emancipar o homem e libertá-lo de relações psicológicas e culturais.

A obra Espelho Falso, para Junqueira dos Santos (2006), é um olho que reflete o que vê: espelho do real, espelho do que é falso ou o olho que pode se enganar, isto é, a ilusão pode vir do modo de olhar e não da imagem duplicada.

Segundo Fuks (2020), em Golconda, as gotas de chuva em forma de homens intrigam o homem o observador por serem praticamente idênticos, não é possível dizer bem se eles saíram do chão ou se despenderam do céu. Porém, apesar de terem feições semelhantes, ao se observar de perto pode-se ver que os homens são distintos entre si, induzindo o espectador a participar de um jogo de observação de semelhanças e diferenças.

Dessa forma, os painéis de tema de coleção desenvolvidos acima serão incorporados como inspiração ao desenvolvimento da coleção, principalmente os elementos que se referem aos modelos, bem como a inspiração no movimento surrealista. A coleção será dividida em composições capsulas. Ainda, para dar sequência às etapas da metodologia de Treptow (2013), na seção seguinte foram iniciadas as pesquisas de design.

## 5 DESIGN

A seguinte etapa de design é fundamental para a criação e desenvolvimento da coleção de moda. Desta maneira, esta seção abrange os tópicos referentes à inspiração, cores, tecidos aviamentos, elementos e princípios do design e elementos de estilo da presente coleção.

### 5.1 INSPIRAÇÃO

A importância da pesquisa de inspiração se dá pela sua forte contribuição à criatividade do designer, de modo que sejam identificados elementos para auxiliar o processo criativo da coleção em acordo com todas as pesquisas elaboradas até aqui. Dessa maneira, por meio de um painel semântico, é possível realizar a interpretação dos elementos e traduzi-los nas peças.

Aqui, é importante ressaltar que essas pesquisas foram elaboradas para o planejamento da coleção, porém não será um processo rígido, mas sim auxiliar no processo criativo. Portanto, a figura 17 foi elaborada para contribuir com os croquis da presente coleção.

Figura 17 - Painel de inspiração.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

O painel de inspiração traz para a designer diversos elementos para inspirar seu processo criativo, tais como a dramaticidade representada pelas cores, maquiagens e modelos de roupas. Com isso, nota-se a combinação de cores contrastante entre o preto e o amarelo, por exemplo, que, além de confirmar a dramaticidade, permite a elaboração de uma cartela de cores bem diversificada. Ainda, nota-se que as formas retas e as modelagens exuberantes são elementos-chave que podem inspirar na criação dos croquis, além das referências lúdicas da inspiração no Surrealismo, como a imagem do canto inferior esquerdo, por exemplo.

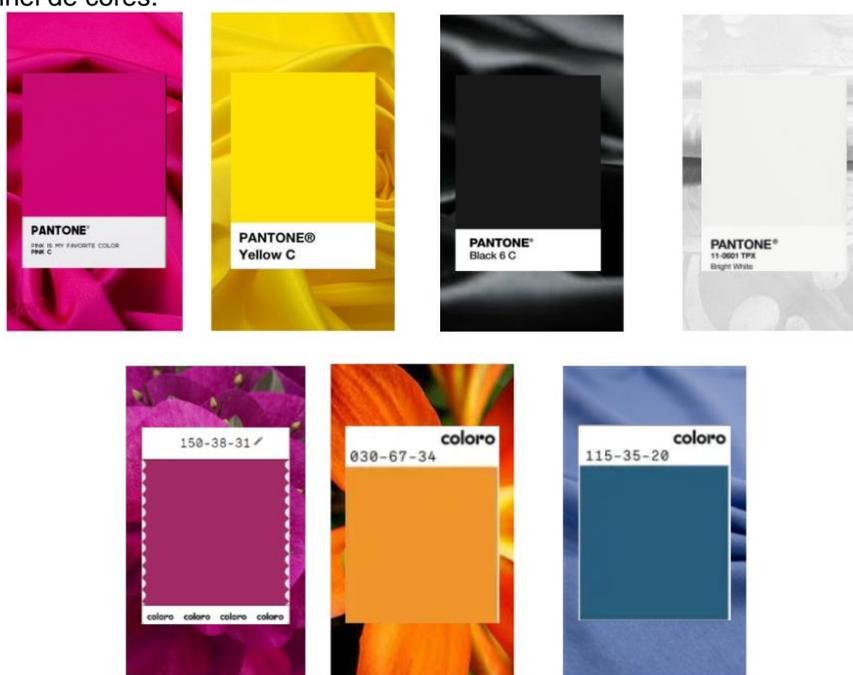
Na sequência, foi determinada a cartela de cores que se planeja utilizar nas criações.

## 5.2 COR

A cartela de cores, a qual serve para embasar o processo criativo de uma coleção, deve estar alinhada a todas as pesquisas elaboradas previamente. Segundo Dondis (1973), a cor está tomada de informações e é uma das mais profundas experiências visuais que os seres humanos têm em comum. Constitui, portanto, uma fonte de valor inestimável, uma vez que vemos as cores como estímulos comuns a todos e a tudo associamos um significado.

Desta forma, neste tópico do trabalho foram definidas as cores que serão utilizadas no desenvolvimento da coleção, representadas por um painel com cores. Conforme Treptow (2013), a cartela de cores de uma coleção precisa conter todas os tons que serão utilizados nos croquis, sendo suficiente determinar 8 tonalidades, desde que bem fundamentadas. Sendo assim, a partir dos resultados das pesquisas elaboradas até agora, foi realizado o painel imagético a seguir, para apresentar a cartela de cores definida para a coleção (Figura 18).

Figura 18 - Painel de cores.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Como é possível perceber, a cartela cromática da coleção surgiu a partir das pesquisas de tendências, juntamente com as constatações retiradas da estética surrealista de Elsa Schiaparelli. A paleta combina cores vibrantes com o amarelo *illuminating*, o pink e o *Orchid Flower* com as cores neutras que são o preto e o *Ultimate Gray*. Além disso, as cores Atlantic Blue e Mango Sorbet determinadas pela Coloro como tendência também foram escolhidas. Essa cartela possibilita diversas combinações capazes de representar a estética desejada.

Portanto, tendo em vista a coleção que se pretende produzir, na seção seguinte foram definidos os tecidos para a confecção das peças.

### 5.3 TECIDOS

Os tecidos são o que materializam as peças da coleção e, por esse motivo, é essencial que sejam escolhidos adequadamente, pensando nas cores e nos modelos que se pretende produzir. Dessa maneira, para as peças dessa coleção, foram escolhidos alguns tecidos sustentáveis e, também, tecidos que sustentam modelagens mais dramáticas, como golas e ombros exuberantes, por exemplo. Conforme Treptow (2013), os tecidos são o meio pelo qual os conceitos do designer viram uma peça de roupa, portanto a figura 19 apresenta a cartela de tecidos que se pretende utilizar na confecção.

Figura 19 - Cartela de tecidos.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Como visto na figura 19, foram escolhidos quatro tecidos: o *jacquard*, o tule, a malha e o algodão orgânico. O *jacquard*, por sua textura, estampa e rigidez, irá intensificar a dramaticidade dos modelos, que pode aumentar o luxo da peça, isso se deve porque esse tecido sempre adiciona um toque sofisticado e elegante, enquanto o tule que é um tecido leve, de fios de seda, algodão ou materiais sintéticos como o nylon, é um tecido que possui certa elasticidade e, dependendo de sua resistência, permite bordados. A malha é um material de bastante elasticidade, há grande variedade de tecidos nessa linha é possível aplicar as malhas com muitas finalidades.

A malha e o tule servirão de apoio para possíveis modelos de vestido que possam necessitar de certa transparência ou ajustamento maior ao corpo. Já o algodão orgânico será o carro chefe dos modelos, trazendo a sustentabilidade para a coleção. Este tecido é produzido de maneira totalmente ecológica e sustentável e será utilizado na maioria dos modelos por se comportar tanto para modelos mais fluidos, quanto para aqueles mais estruturados. Enquanto isso, o *jacquard* trará sustentação e texturas para agregar valor a peças *statement*.

Sendo assim, a próxima seção se refere aos aviamentos se serem utilizados nas peças desta coleção.

### 5.4 AVIAMENTOS

Materiais utilizados para as confecções de roupas, além dos tecidos. Assim são descritos os aviamentos por Treptow (2013), que os classifica por suas funções, pois existem aqueles com a função decorativa, de construção, de abertura e fechamento ou de estrutura. Os aviamentos com função de construir as peças são, por exemplo, as linhas, enquanto os de abertura e fechamento seriam zíperes

e botões. Já entretelas e bojos servem para garantir estrutura e elásticos e viés podem exercer funções decorativas.

Ainda, é importante ressaltar que aviamentos podem ter mais de uma função simultaneamente, como decorar e estruturar uma peça, o que fica a critério do designer durante suas criações. Dessa maneira, os aviamentos escolhidos para auxiliar na confecção das peças dessa coleção estão apresentados na figura 20.

Figura 20 - Cartela de aviamentos.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Os materiais escolhidos para esta coleção são essenciais para sua construção e garantir uma boa estrutura, usabilidade e um bom caimento, bem como decorar. Sendo assim, os aviamentos escolhidos para compor cada peça devem constar em sua respectiva ficha técnica.

Na sequência, são apresentados os elementos e os princípios de design para orientar o desenvolvimento da coleção.

## 5.5 ELEMENTOS DE DESIGN

Treptow (2013) entende que conhecer as cores, formas, linhas e texturas sejam imprescindíveis para a formação de um designer de moda. Dessa maneira, será possível quebrar padrões e criar peças que instiguem o consumidor. Portanto, cabe nesta seção apresentar os conceitos dos elementos de design, iniciando pelas cores.

Para Jones (2011), as pessoas reagem às cores de maneira intuitiva, emocional e até física, além de ser um dos fatores que mais chama a atenção do consumidor. Por conta disso, embora existam estudos que comprovem a emoção que as cores podem transmitir, elas também podem ser atribuídas a diferentes significados por ser a primeira coisa que o consumidor vê. Segundo Freitas (2007), é tamanha a expressividade das cores, portanto, ela se torna um transmissor de ideias poderoso que ultrapassa fronteiras espaciais e temporais. Sendo assim, é importante associar a cartela de cores àquilo que se pretende transmitir com a coleção, levando em consideração as possíveis variações.

Segundo o site Digitale Têxtil (2020), investir em tons modernos ou seguir as tendências de cores do mercado é mais indicado para públicos que respondem positivamente a propostas ousadas. Assim, na figura 21, têm-se a cartela de cores que vai compor a coleção.

Figura 21 - Cartela de cores.



Fonte: Desenvolvida pela autora (2021).

Após a definição das cores a serem utilizadas nas peças da coleção, o próximo elemento a ser estudado são as linhas nas roupas. Segundo Jones (2011), as linhas geralmente estão relacionadas ao corte das peças, como as junções do molde e seus ajustes. Um dos poderes das linhas nas roupas é de criar efeitos 3D, como as linhas verticais, que dão a impressão de que a silhueta é mais alongada, e as horizontais, que chamam a atenção para a largura do corpo. Treptow (2013, p.125) afirma que “o olhar humano tende a seguir “o traçado das linhas”, assim explorando, por exemplo, decotes e fendas nas modelagens, alterando as silhuetas conforme o desejo do designer”. Já as linhas curvas carregam um estilo mais feminino e dão amplitude aos modelos. Sendo assim, são diversas formas de explorar as linhas para criar modelos criativos e desejáveis. (Figura 22).

Figura 22 - Exemplo de linha no corte da roupa.



Fonte: Pinterest (2021); adaptado pela autora (2021).

A partir disso, é de suma importância se atentar aos tecidos, uma vez que a escolha de texturas para as peças pode ser um grande diferencial em uma coleção de moda. Os tecidos das peças são capazes de transmitir sensações, percepções de forma e volume mesclando tecidos de aspectos diferentes como tule, metálicos e de brilho, ou através de aplicações e bordados, visto que a textura é um elemento de design que pode alterar a percepção de cor e volume. Para seguinte coleção, já foram definidos os tecidos e, dentre eles, está o *jacquard*. O tecido tem uma superfície bem detalhada e estampada, mas não necessariamente uma estampa colorida. Mesmo assim, é um tecido que pode agregar muito na estética escolhida para a coleção. Portanto, a figura 23 apresenta alguns modelos de roupas com textura.

Figura 23 - Exemplo de texturas em coleções de moda.



Fonte: Pinterest (2021); adaptado pela autora (2021).

Posterior a esse elemento, de acordo com Treptow (2013), temos a silhueta, que pode acompanhar o corpo ou modificar seu formato, sendo diretamente influenciada pela amplitude e volume, formando contornos que podem conduzir ou realçar as formas e volume do corpo. Conforme Jones (2011), uma coleção não deve possuir muitas variações de silhuetas, assim o designer deve

selecionar quais tipos de silhueta utilizará para compor sua coleção em forma e harmonia com os outros elementos de design. No mesmo sentido, esse elemento é composto por um conjunto de formas que podem estar representadas de diversas maneiras, como em recortes, texturas, entre outros.

Neste presente projeto, a silhueta (Figura 24) será bem presente, como em modelos com golas exuberantes e mangas ou quadris bufantes, por exemplo.

Figura 24 - Exemplos de silhuetas.



Fonte: Pinterest (2021); adaptado pela autora (2021).

As silhuetas, na maioria das vezes, são divididas em formas, as quais conduzem o todo, fornecendo sentido e expressão aos modelos. Por isso, propõe-se entender os itens utilizados na composição visual, tanto bi como tridimensionais e a influência deles. Para (Treptow, 2013 pg. 128), diferentes formas podem também ser percebidas em uma mesma peça, através dos recortes de costura, variações de cor, texturas ou padronagens. Os Elementos visuais do design são definidos como o conteúdo de toda e qualquer forma de comunicação visual, logo, eles constituem a substância básica daquilo que vemos (DONDIS, 1973). Portanto, a figura 25 apresenta alguns modelos de roupas com formas.

Figura 25 - Exemplo de formas em coleções de moda.



Fonte: Pinterest (2021); adaptado pela autora (2021).

A seguir, conforme a metodologia de Treptow (2013), vem a etapa de demonstrar como esses elementos podem ser aplicados em uma coleção de moda. Desta maneira, os temas abordados na seção denominada “Princípios de design” serão: repetição e quebra de repetição, ritmo, gradação, radiação, contraste, harmonia, equilíbrio e proporção.

## 5.6 PRINCÍPIOS DE DESIGN

Nesta seção será possível compreender como os elementos de design podem ser utilizados para produzir efeitos e direcionar focos de atenção em uma peça de vestuário, de modo que haja uma unidade na coleção. Portanto, o primeiro princípio determinado por Treptow (2013) é a repetição.

Conforme Lang (2017), esse princípio afirma que a composição de algum elemento precisa se repetir para criar identidade e unidade. Esse elemento pode ser uma determinada fonte, uma cor característica, um estilo de linha, uma forma, entre outros.

O princípio da repetição se manifesta até na simples sequência de botões em uma camisa. A ausência ou adulteração do princípio de repetição tende a ser mais chamativa do que a sua presença, pois não estamos acostumados (TREPTOW, 2013). Ainda, pode-se observar alguns elementos de repetição utilizados em criações de moda de forma regular ou irregular (Figura 26).

Figura 26 - Exemplo de repetição e quebra de repetição.



Fonte: Pinterest (2021); adaptado pela autora (2021).

Em seguida, os princípios de ritmo e de gradação andam juntos, segundo Treptow (2013), é caracterizado pela repetição de elementos em padrões elaborados, como por exemplo, botões distribuídos de forma diferenciada. Porém o ritmo pode ser representado por repetições simétricas, enquanto a gradação permite que haja aumento ou diminuição de dimensões, como ocorre em degradês, por exemplo.

Dessa forma, Righi (2016) considera a gradação como uma transição gradual ou uma transformação das formas realizada em passos ordenados, como, por exemplo, do maior ao menor ou

de muitos para poucos. Portanto, a figura 27 apresenta exemplo desses dois princípios, respectivamente.

Figura 27 - Exemplo de ritmo e gradação.



Fonte: Pinterest (2021); adaptado pela autora (2021).

O próximo princípio de design é a radiação, a qual é uma gradação irradiada a partir de um ponto central, como, por exemplo, uma espiral ou círculos concêntricos. Pode ser utilizada como ferramenta de uso estratégico de linhas, a fim de formar drapeados e franzidos, como ilustra a figura 28.

Figura 28 - Exemplo de radiação.



Fonte: Pinterest (2021); adaptado pela autora (2021).

O foco do olhar humano fica dividido em duas partes quando temos o contraste presente nas criações. Dessa maneira, Righi (2016) acredita que o uso de fortes contrastes pode prevenir ambiguidades e tornar o conjunto mais atraente e interessante, além de facilitar a tarefa de identificação dos elementos que o compõem, no mesmo sentido, Treptow (2013) afirma que este é o princípio mais frequente, pois ao combinar dois tecidos, duas cores ou duas texturas, por exemplo, um deles será realçado ao olhos humanos, como mostra a figura 29.

Figura 29 - Exemplo de contraste.



Fonte: Pinterest (2021); adaptado pela autora (2021).

De acordo com a autor supracitado, o princípio da harmonia pode ser descrito como o estado no qual todos os componentes primários (forma, cor, textura, entre outros) trabalham em conjunto para a obtenção de um conjunto confortável e agradável para o observador. Serve de ferramenta para garantir a similiaridade entre tecidos e cores, combinando elementos parecidos e gerando sensação de unidade e continuidade. Além disso, Gomes Filho (2008) afirma que esse princípio tem relação com a disposição formal, organizada e proporcional, entre as cores, texturas e formas. Desta maneira, na figura 30, têm-se exemplo de peças de vestuário harmônicas.

Figura 30 - Exemplo de harmonia.



Fonte: Pinterest (2021); adaptado pela autora (2021).

Em seguida, para Treptow (2013), se faz uma peça equilibrada quando há distribuição igual do peso e a importância visual dos elementos. Além disso, o equilíbrio nas roupas se dá com referência no fato do corpo humano ser simétrico verticalmente, o que resulta na reprodução igual de um lado da roupa e de outro. Além disso, Gomes Filho (2008) acredita que existem duas forças atuando em direções contrárias, fazendo com que elas se compensem. Portanto, além de poder ser garantido através de objetos, valores, cores, texturas, formas e figuras, ele pode se manifestar de duas formas: de maneira simétrica e assimétrica. Sendo assim, como mostrado na figura 31, o equilíbrio é utilizado

para tornar as peças harmoniosas visualmente, mesmo que sejam assimétricas

Figura 31 - Modelos de equilíbrios simétricos e assimétricos aplicados em coleções de moda.



Fonte: Pinterest (2021); adaptado pela autora (2021).

Por último, o princípio de proporção, para Treptow (2013), é a maneira como se compara cada uma das partes em relação ao todo no design da peça. Compreende a comparação entre elementos, seja por tamanho, posição ou quantidade, ou seja, é a maneira como se vê as partes em relação ao todo. Portanto, é possível perceber na figura 32 que, mesmo que existam elementos diferentes, quando comparados os dois lados, estão equilibrados.

Figura 32 - Exemplo de proporção.



Fonte: Pinterest (2021); adaptado pela autora (2021).

Por fim, com base no que foi analisado neste tópico e nas compreensões desta seção, é possível retirar aqueles princípios que serão utilizados no desenvolvimento da presente coleção. Sendo assim, os princípios escolhidos são a repetição, o contraste, o ritmo, a gradação, a radiação e a proporção. Na seção a seguir, os elementos de estilo da coleção serão definidos.

## 5.7 ELEMENTOS DE ESTILO

A unidade visual entre as peças da coleção é essencial para garantir a relação entre o tema e as criações (TREPTOW, 2013). Para isso, é necessário escolher os elementos de estilo a serem explorados durante o processo de criação. Portanto, no caso do presente trabalho, têm-se como elementos de estilo os tecidos *jacquard*, algodão orgânico, tule e malha, as cores contrastantes e modelagens volumosas (Figura 33).

Figura 33 - Painel de elementos de estilo.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Conforme Treptow (2013, p. 132), “uma coleção de moda deve apresentar unidade visual; as peças precisam manter uma coleção entre si”, desta forma, esta unidade é alcançada através do estudo dos elementos de estilo que farão parte de uma coleção, de modo que todas as peças se relacionem ao tema e a inspiração escolhidos pelo designer.

Após a finalização de todas as pesquisas, cabe, de acordo com a metodologia de Treptow (2013), elaborar os esboços, a fim de representar aquilo que se pretende criar para esta coleção, a qual tem previsão de ser finalizada em dezembro de 2021.

## 5.8 DESENHOS

Os desenhos são a maneira de transmitir a unidade entre as peças, o tema de coleção e todas as pesquisas realizadas, tanto no referencial teórico quando nas etapas metodológicas. Portanto, no próximo tópico foram desenvolvidos 50 esboços.

## 5.9 ESBOÇOS

No desenvolvimento dos esboços da coleção, é importante representar, principalmente, o seu conceito, resultado das pesquisas de tendência, de comportamento do consumidor e de tema de coleção. Desta forma, foram desenvolvidos 50 croquis com cor para compor as 3 coleções cápsulas (Figuras 34 e 35).

Figura 34 - Esboços 1 - 25.

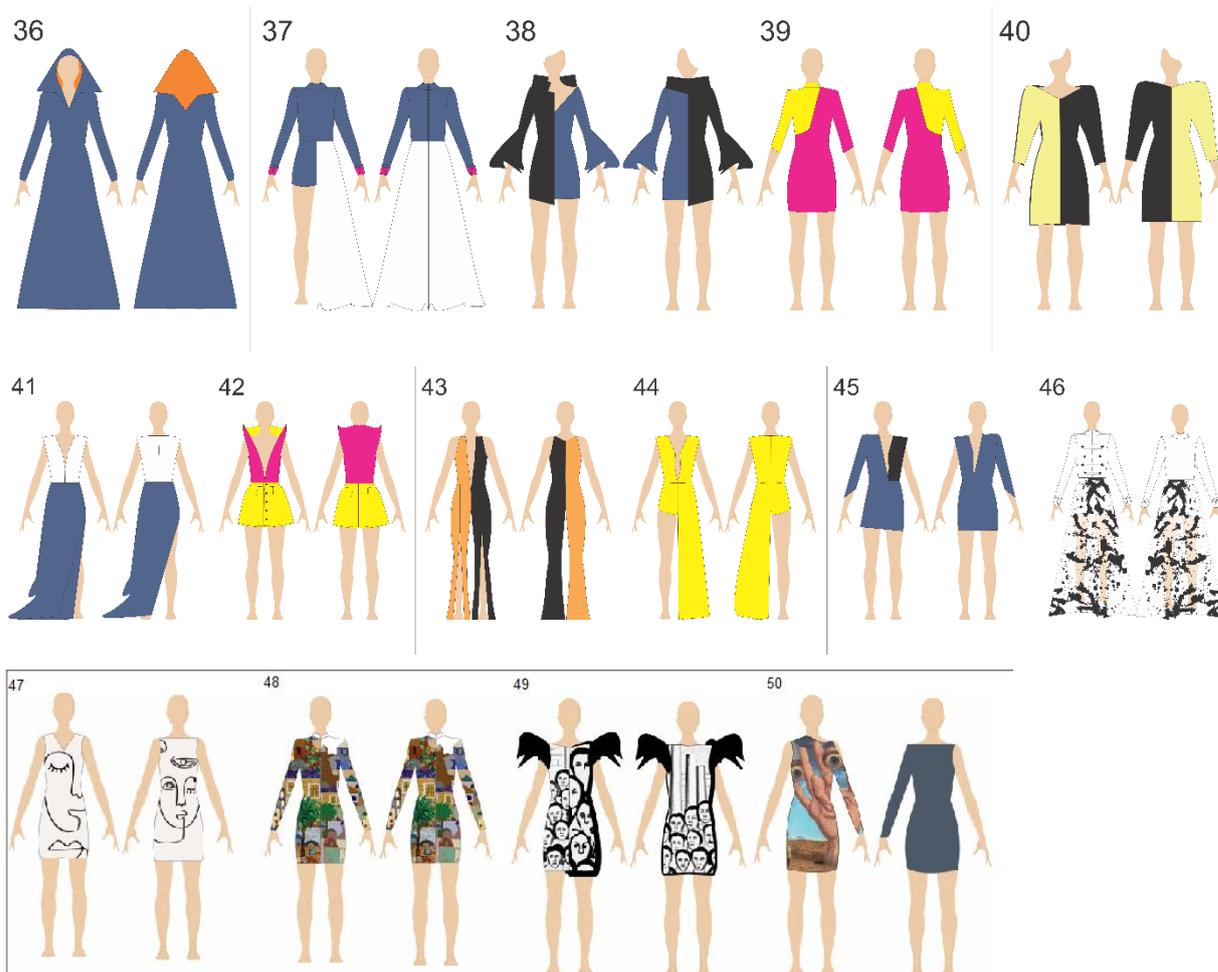




Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 35 - Esboços 26 - 50.





Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

A partir da elaboração de 50 esboços, foram escolhidos 12 deles para compor a coleção, conforme a seção seguinte.

### 5.10 CROQUIS

Nesta etapa, 12 esboços foram designados para fazerem parte do mapa da coleção final (Figura 36), sendo estes detalhados em desenhos técnicos para garantir melhor visualização daquilo que se pretende produzir.

Apenas para 2 destes foram elaboradas as fichas técnicas, as quais contém os desenhos técnicos das peças planejadas, bem como detalhes de aviamentos, cores e tecidos (Figuras 58, 59, 61 e 62), uma vez que serão os produtos finais confeccionados para representar a coleção.

Figura 36 - Mapa da coleção.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Neste sentido, optou-se por peças contemporâneas com modelagens diferenciadas, inspiradas na estética surrealista, as quais são individualmente apresentadas a seguir (Figura 37 a 62).

Figura 37 - Croqui 1.



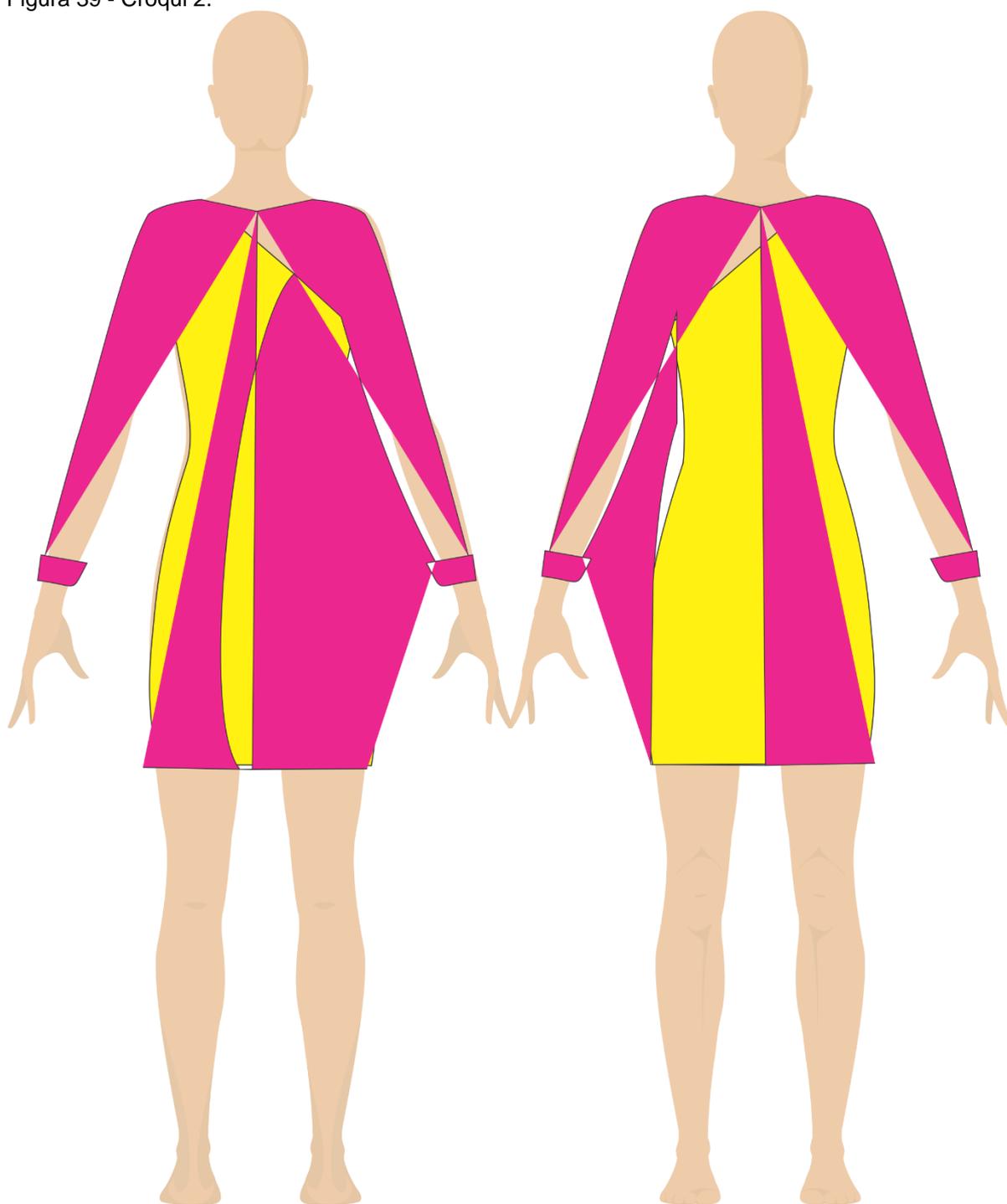
Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 38 - Desenho técnico 1.



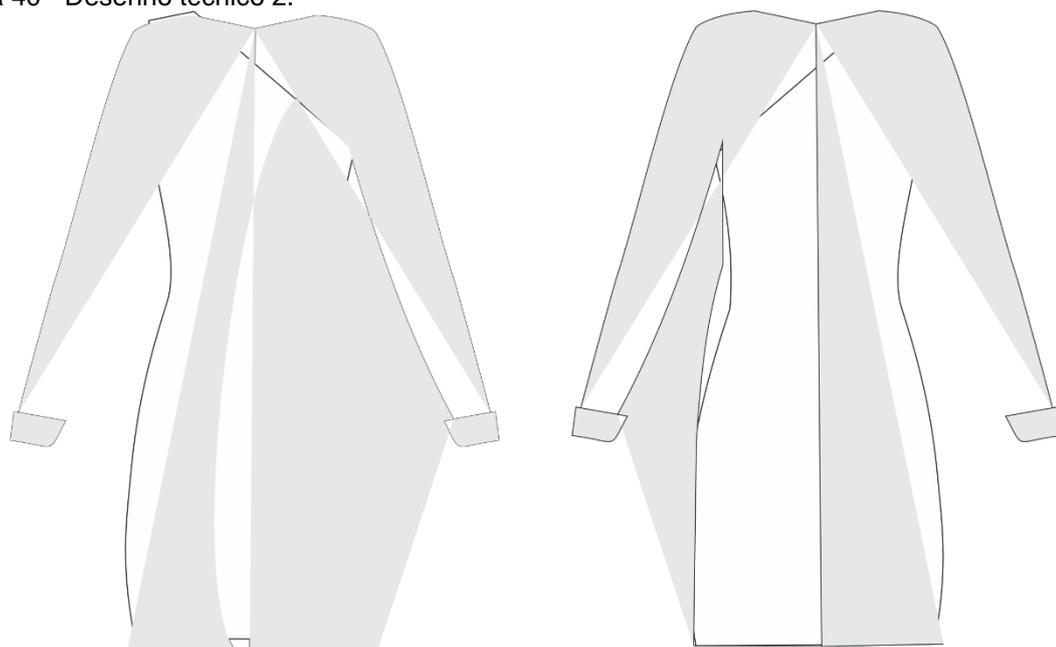
Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 39 - Croqui 2.



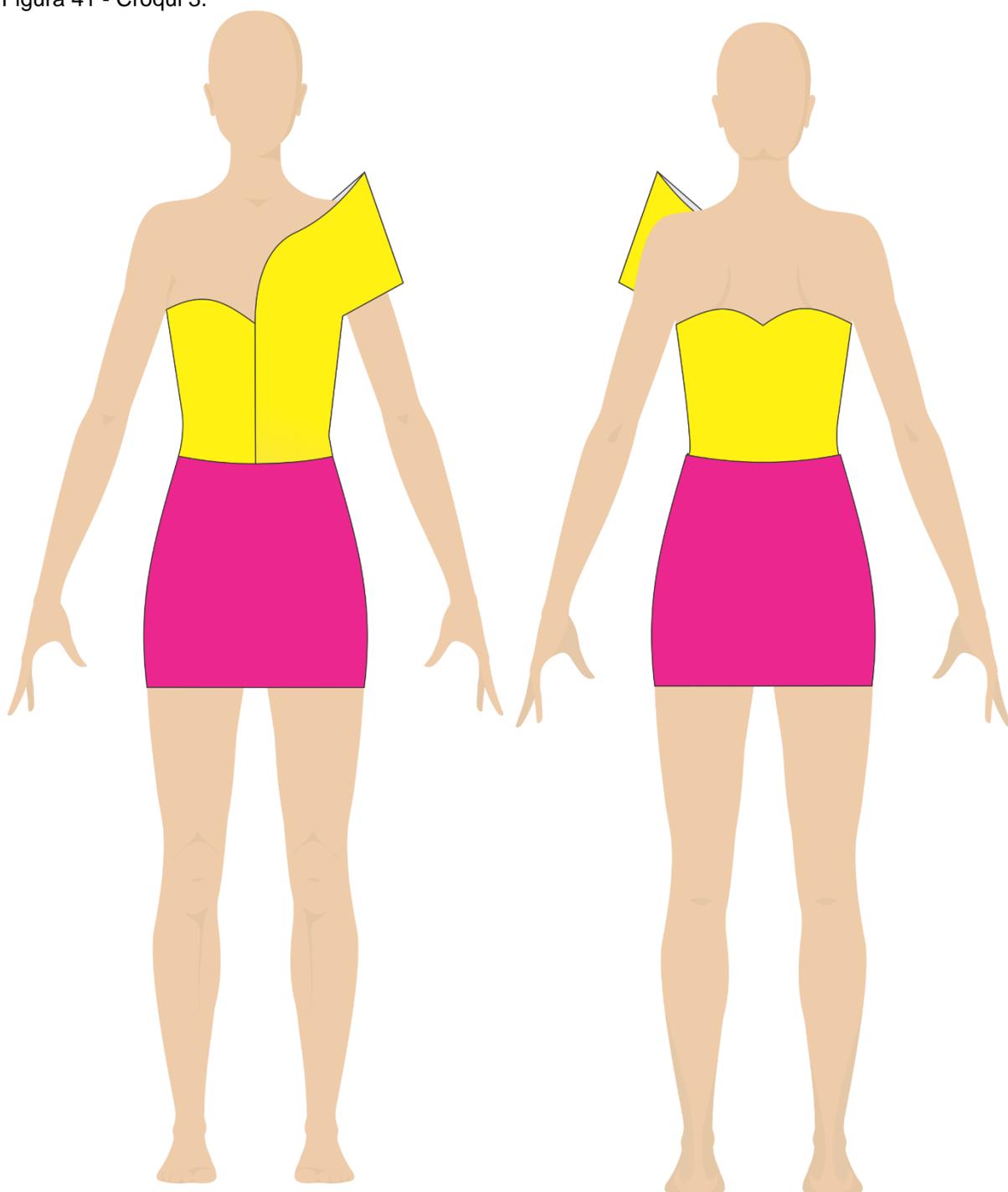
Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 40 - Desenho técnico 2.



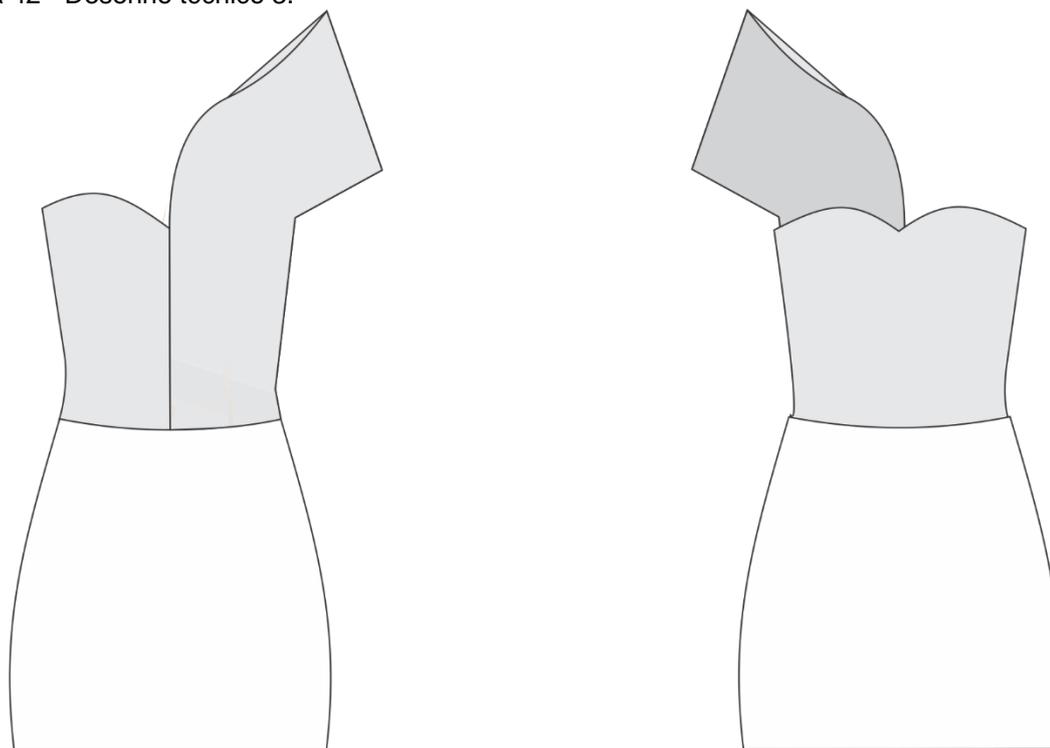
Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 41 - Croqui 3.



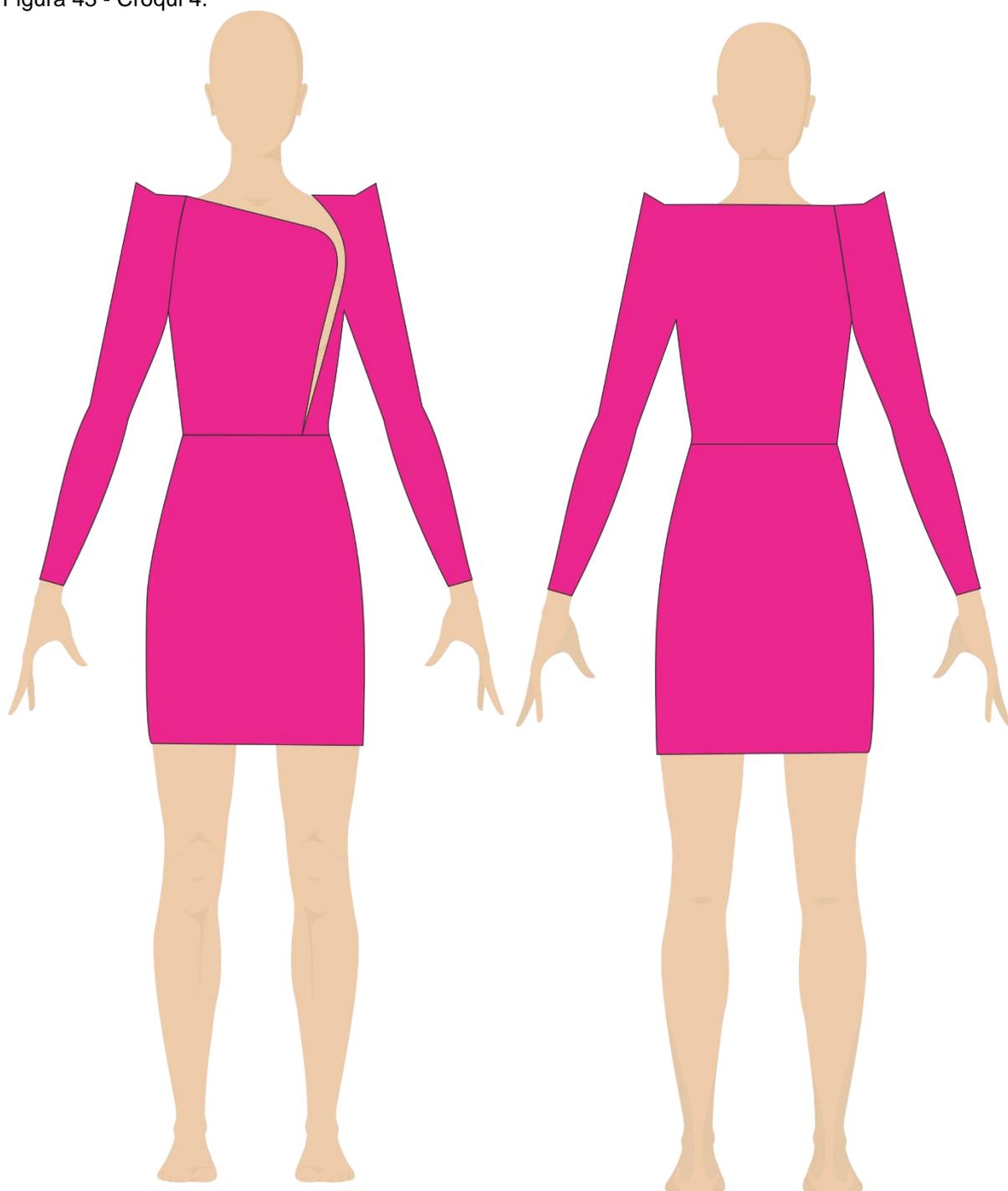
Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 42 - Desenho técnico 3.



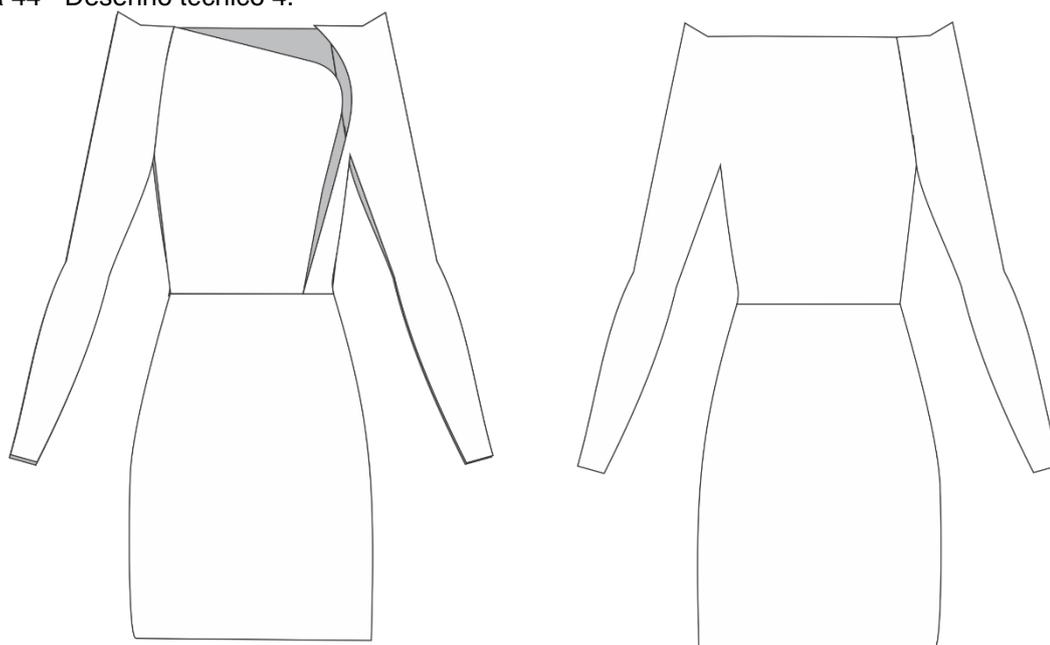
Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 43 - Croqui 4.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 44 - Desenho técnico 4.



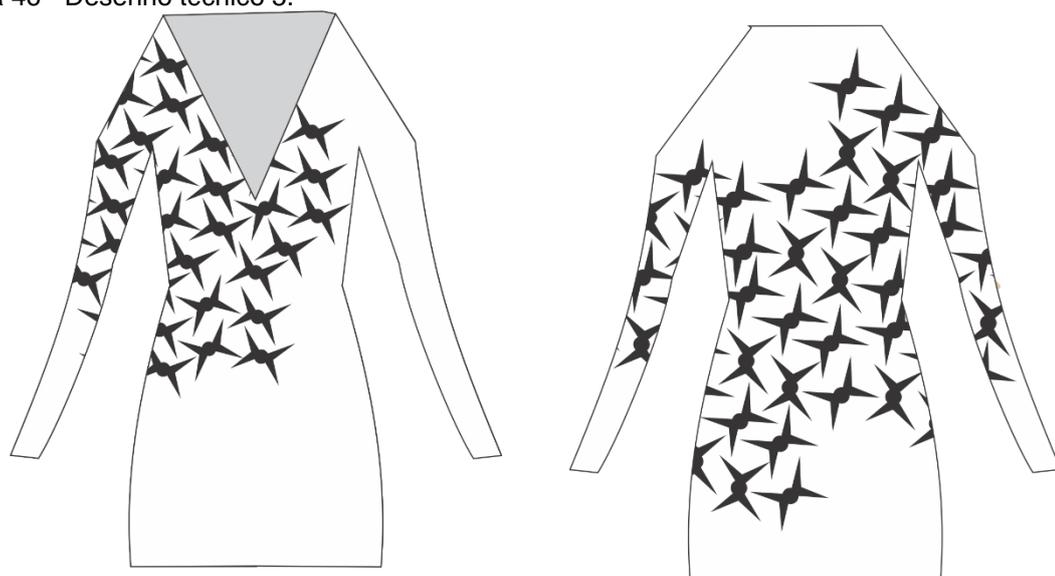
Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 45 - Croqui 5.



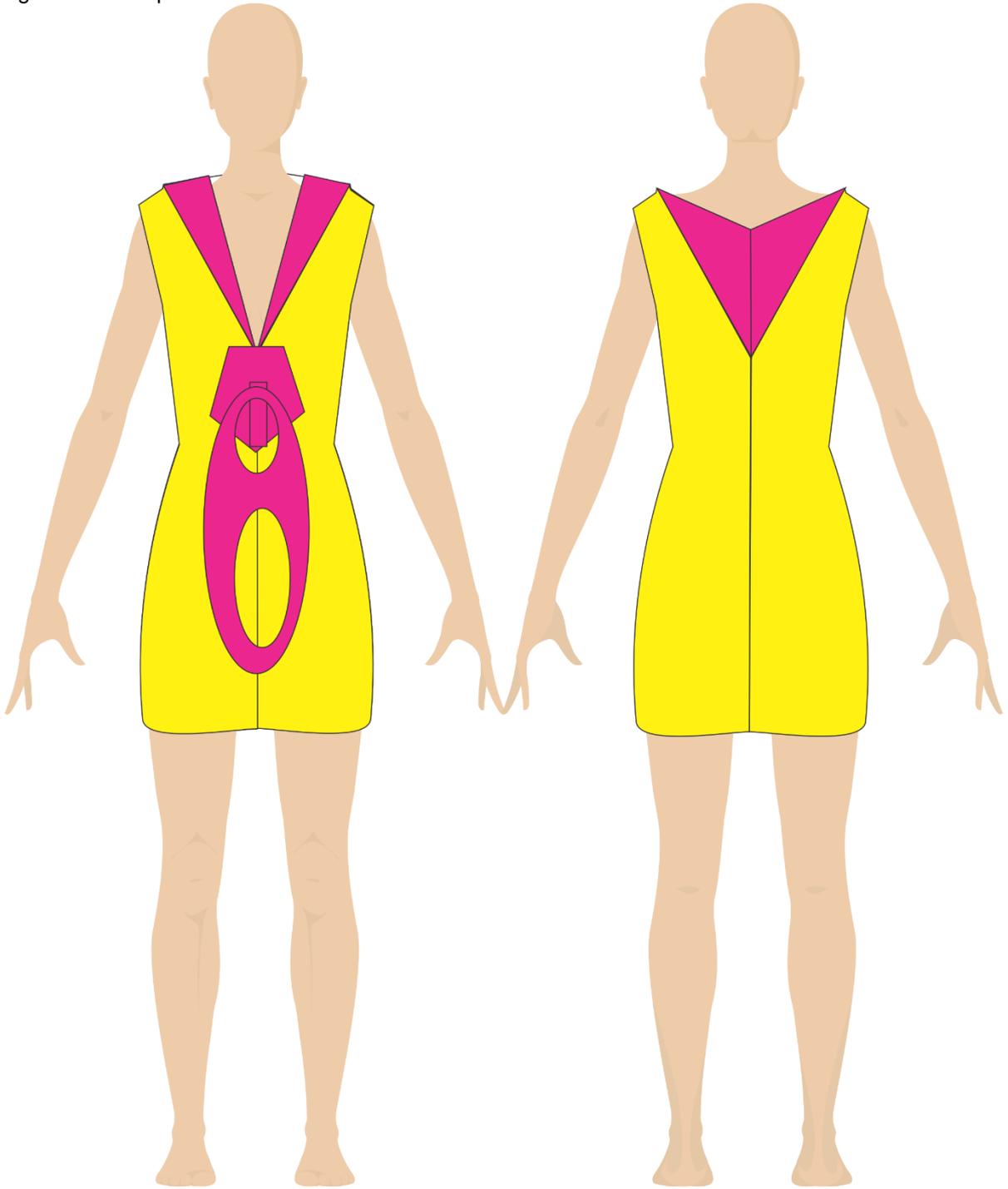
Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 46 - Desenho técnico 5.



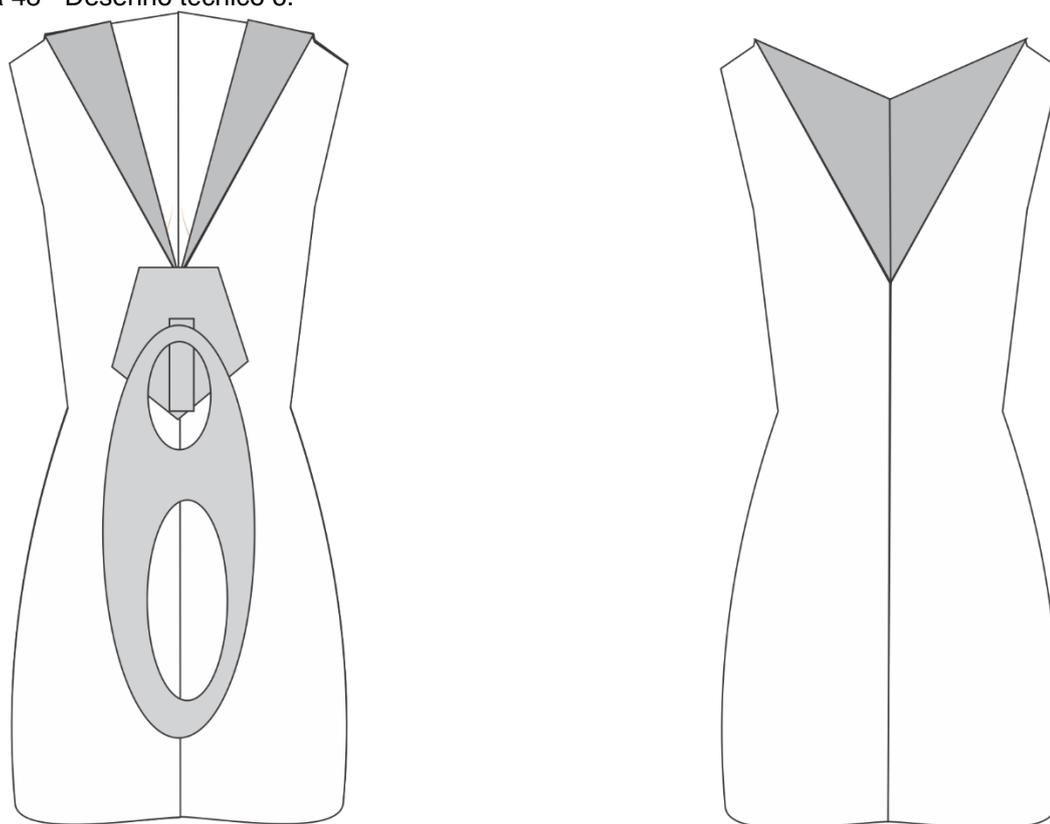
Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 47 - Croqui 6.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 48 - Desenho técnico 6.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 49 - Croqui 7.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 50 - Desenho técnico 7.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 51 - Croqui 8.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 52 - Desenho técnico 8.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 53 - Croqui 9.



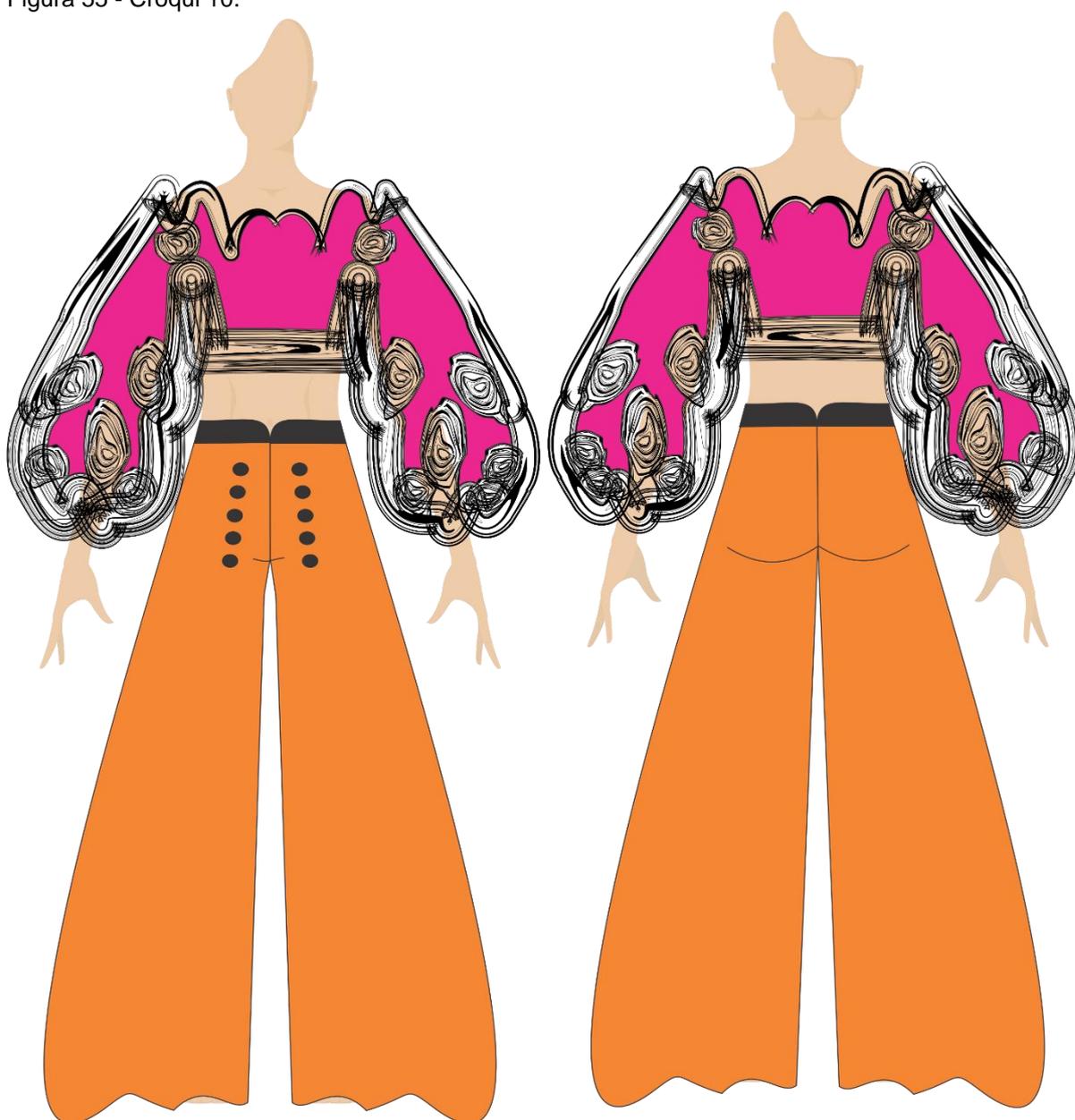
Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 54 - Desenho técnico 9.



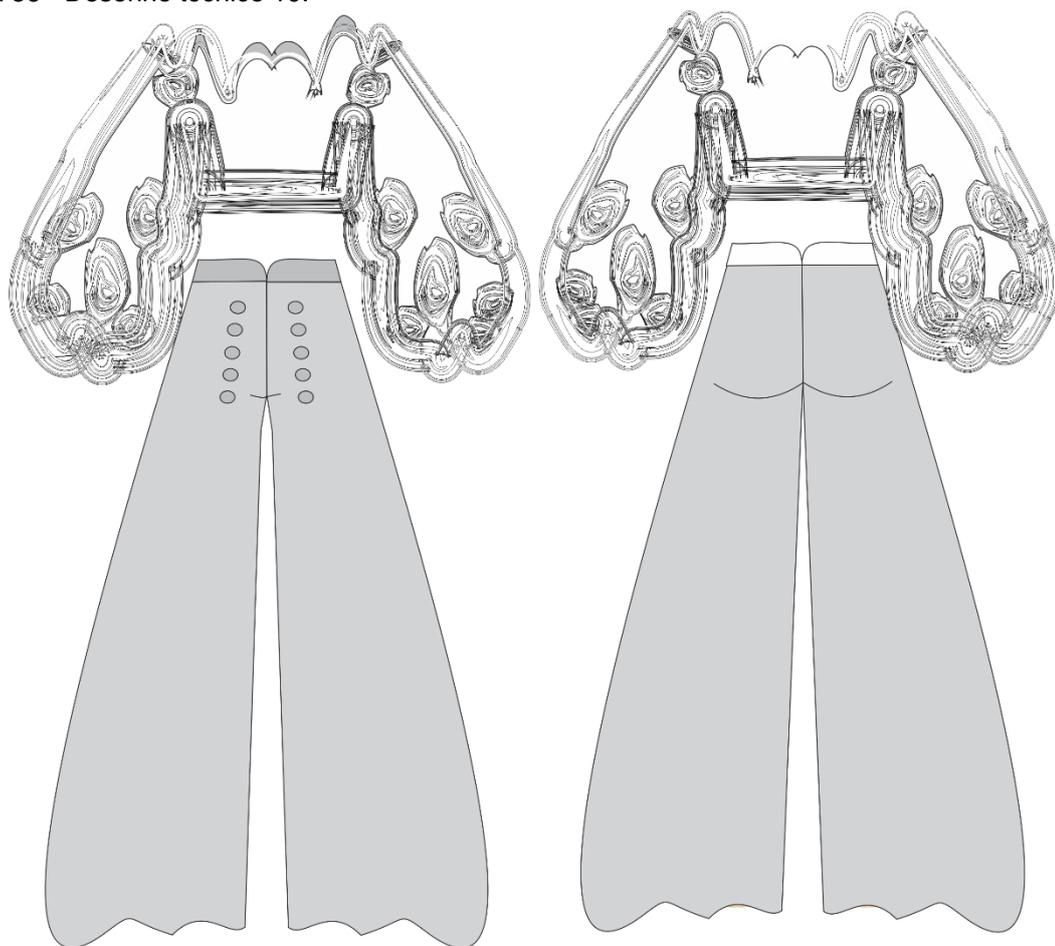
Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 55 - Croqui 10.



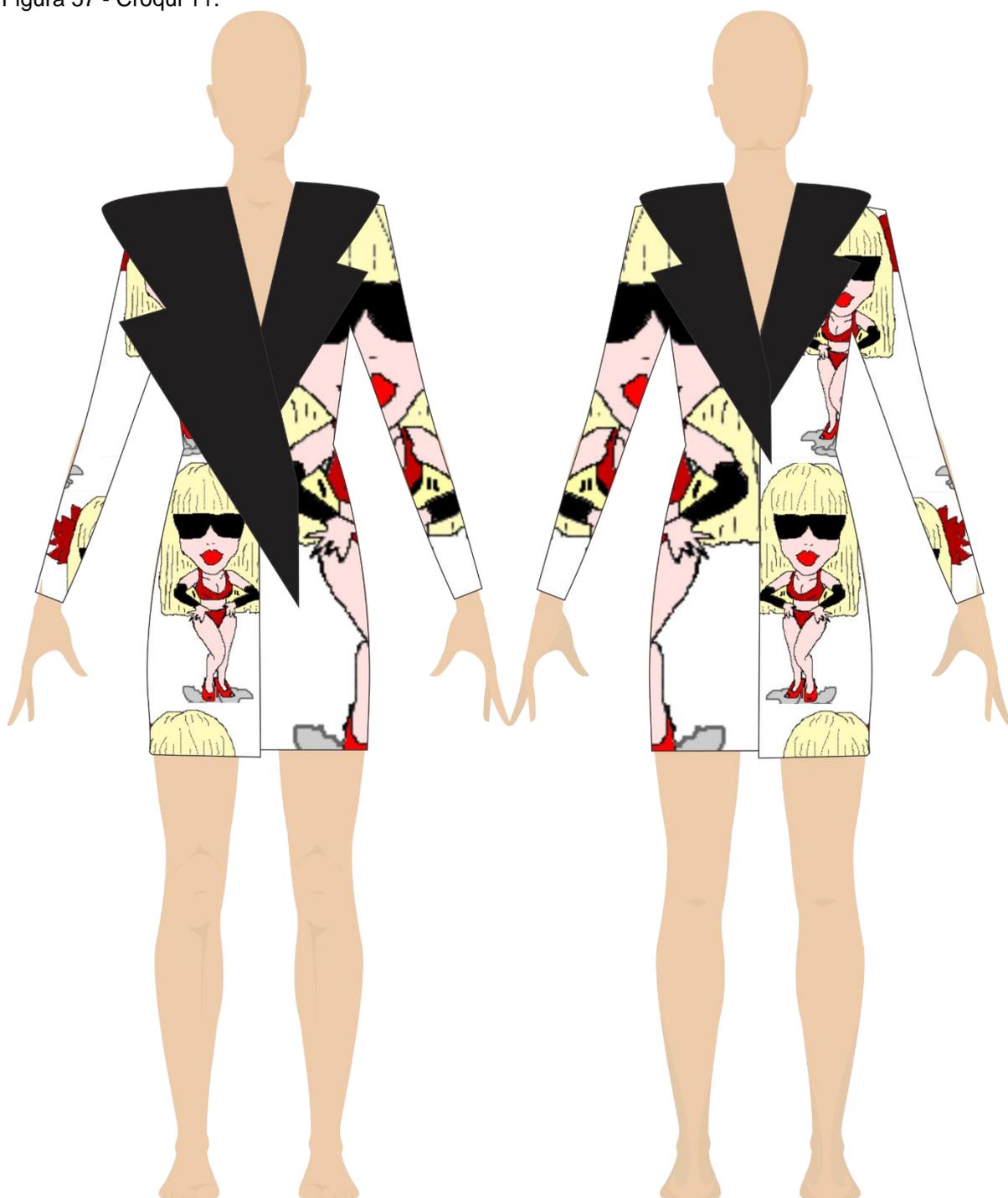
Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 56 - Desenho técnico 10.



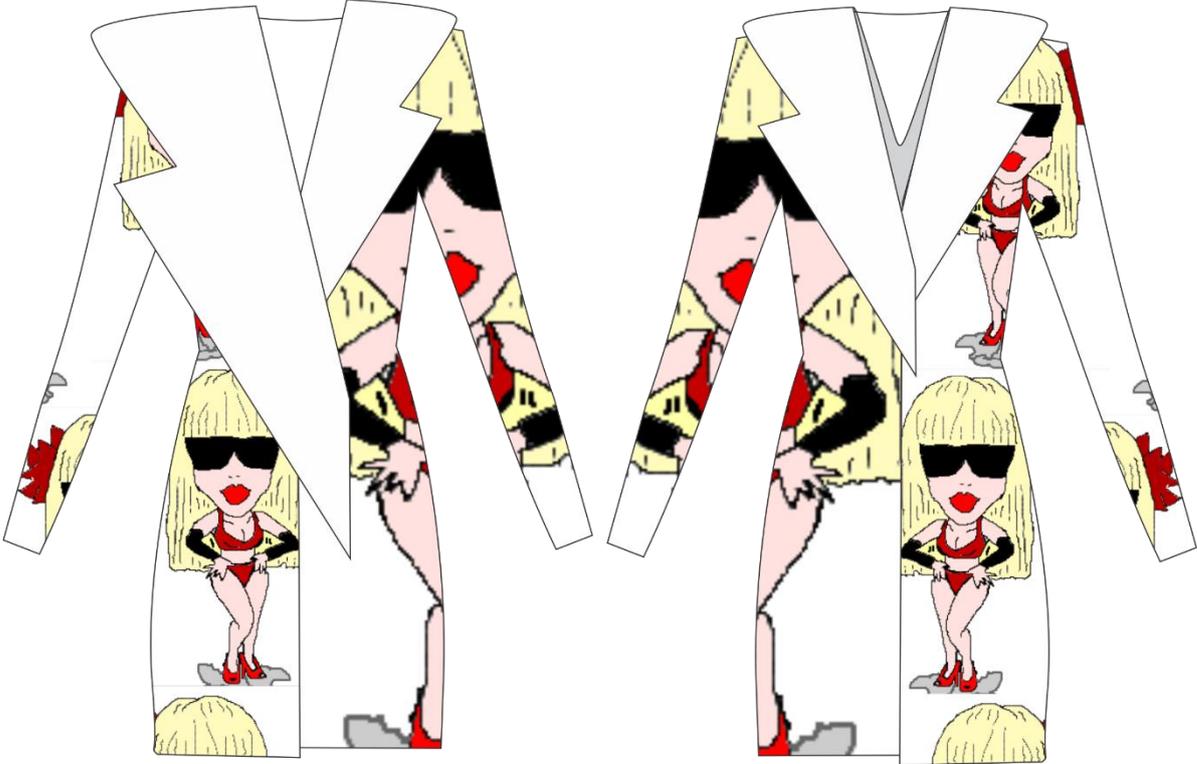
Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 57 - Croqui 11.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 58 - Ficha técnica 11 (1).

FICHA TÉCNICA						
PRODUTO: VESTIDO TERNO			REF: Su17		DATA: 10/10/21	
ESTILISTA: MARIELE			MODELISTA: MARIELE		COLEÇÃO: MAGRITTE	
GRADE:	PP	P	M	G	GG	PEÇA PILOTO: P
<p>DESCRIÇÃO: Vestido curto em algodão estampado, com gola de blazer estruturada com corrente nas costas, manga longa, ombreiras e abertura frontal com gancho e botões.</p>						
DESENHO TÉCNICO						
						
TECIDOS		COMPOSIÇÃO				
DENIM		100% ALGODÃO				

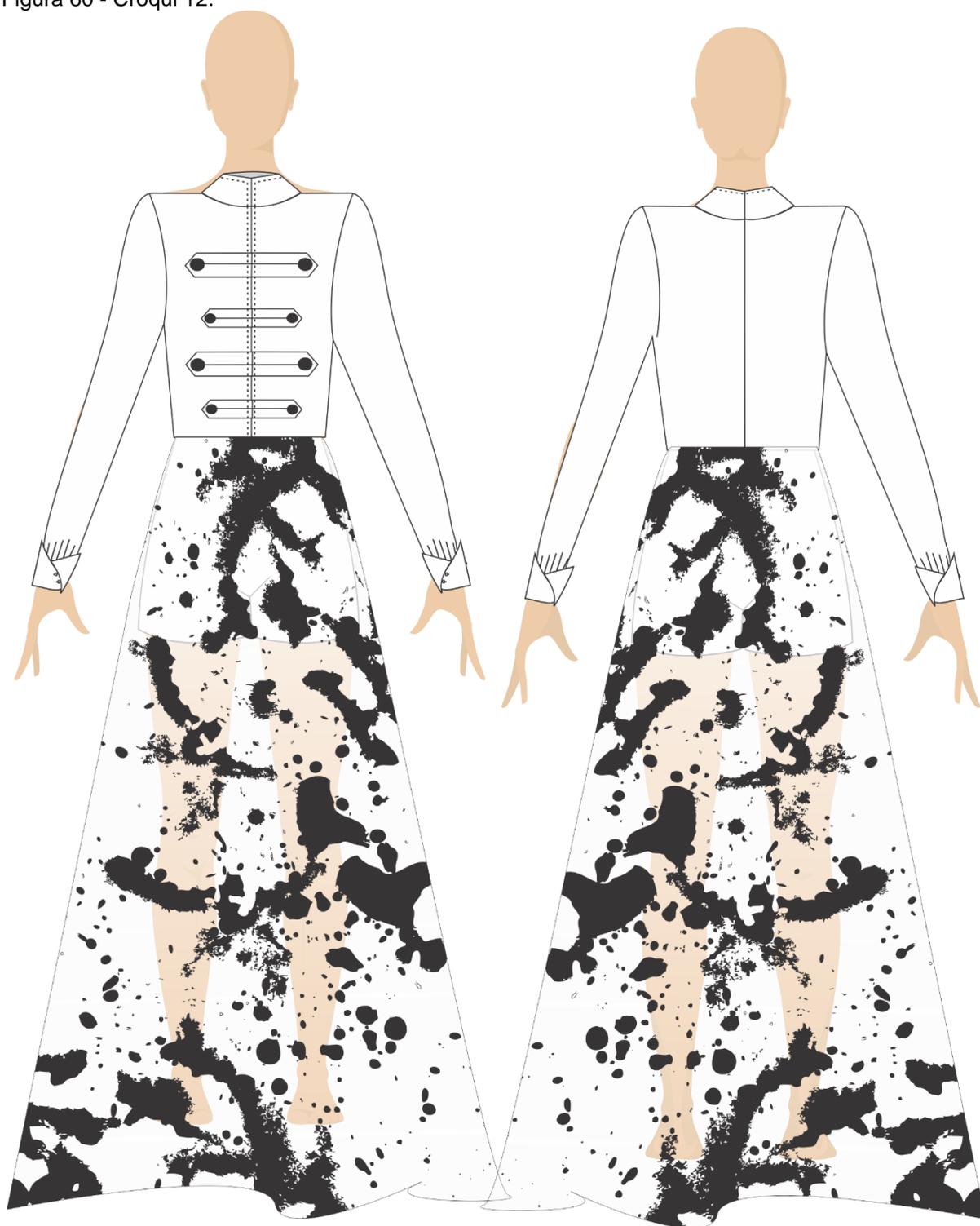
Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 59 - Ficha técnica 11 (2).

AVIAMENTOS				
TIPO	CÓDIGO	FORNECEDOR	R\$/UNID.	QUANTIDADE
GANCHO				3
ENTRETELA				50CM
BOTÃO				2
CORRENTE				30CM
AMOSTRA TECIDOS				
CARTELA DE CORES				
				

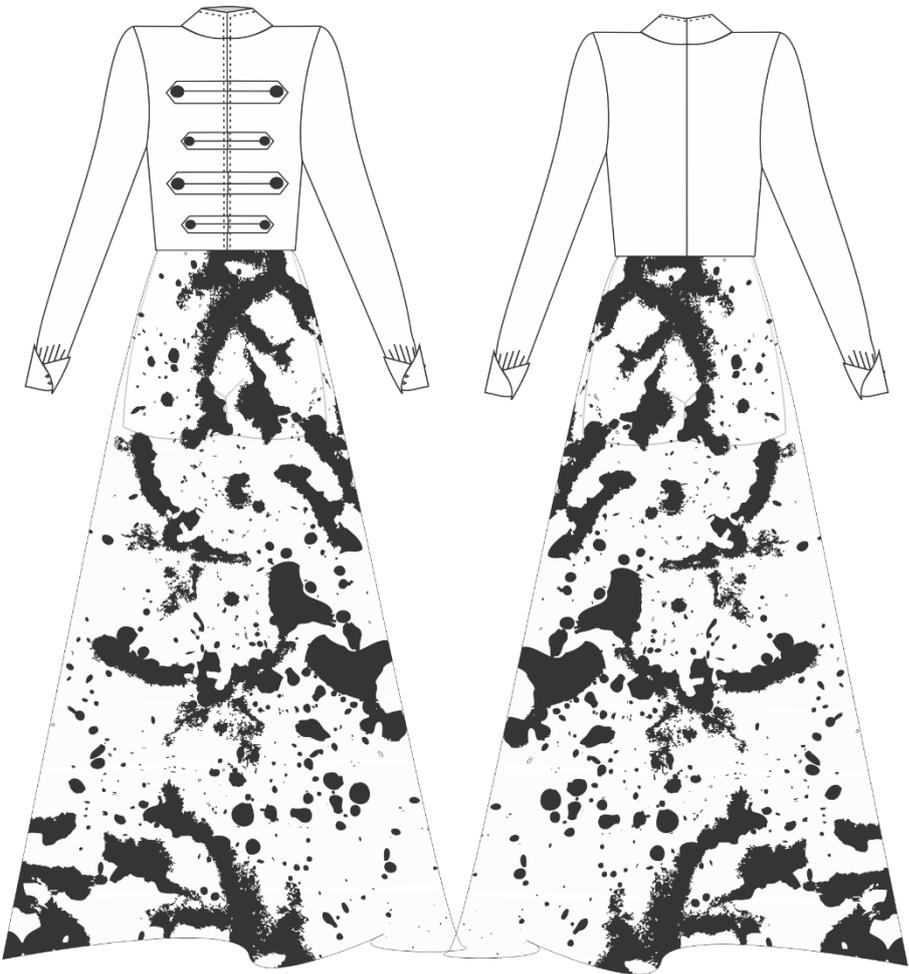
Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 60 - Croqui 12.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 61 - Ficha técnica 12 (1).

FICHA TÉCNICA						
PRODUTO: VESTIDO LONGO			REF: Su01		DATA: 10/10/21	
ESTILISTA: MARIELE			MODELISTA: MARIELE		COLEÇÃO: SCHIAPARELLI	
GRADE:	PP	P	M	G	GG	PEÇA PILOTO: P
<p>DESCRIÇÃO: Saia longa em tule, com texturas coloridas . Short interno em suplex. Casaco com abertura frontal com botões, manga longa e ombros estruturados com ombreiras.</p>						
DESENHO TÉCNICO						
						
TECIDOS		COMPOSIÇÃO				
JACQUARD		50% ALGODÃO / 42% POLIÉSTER				
TULE SEDA		100% POLIÉSTER				
SUPLEX		86% POLIAMIDA / 14% ELASTANO				

Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 62 - Ficha técnica 12 (2).

AVIAMENTOS				
TIPO	CÓDIGO	FORNECEDOR	RS/UNID.	QUANTIDADE
BOTÃO G				4
BOTÃO M				4
BOTÃO PP				4
GANCHO				6
ELÁSTICO 4CM				1M
ENTRETELA				50CM
OMBREIRA				2
AMOSTRA TECIDOS				
CARTELA DE CORES				
				

Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Após a conclusão destas etapas, os desenhos e as fichas técnicas servem de apoio para a confecção das peças escolhidas para representar a coleção criada neste projeto. Portanto serão elaborados os modelos dos looks selecionados, produzidas através de modelagens fundamentais.

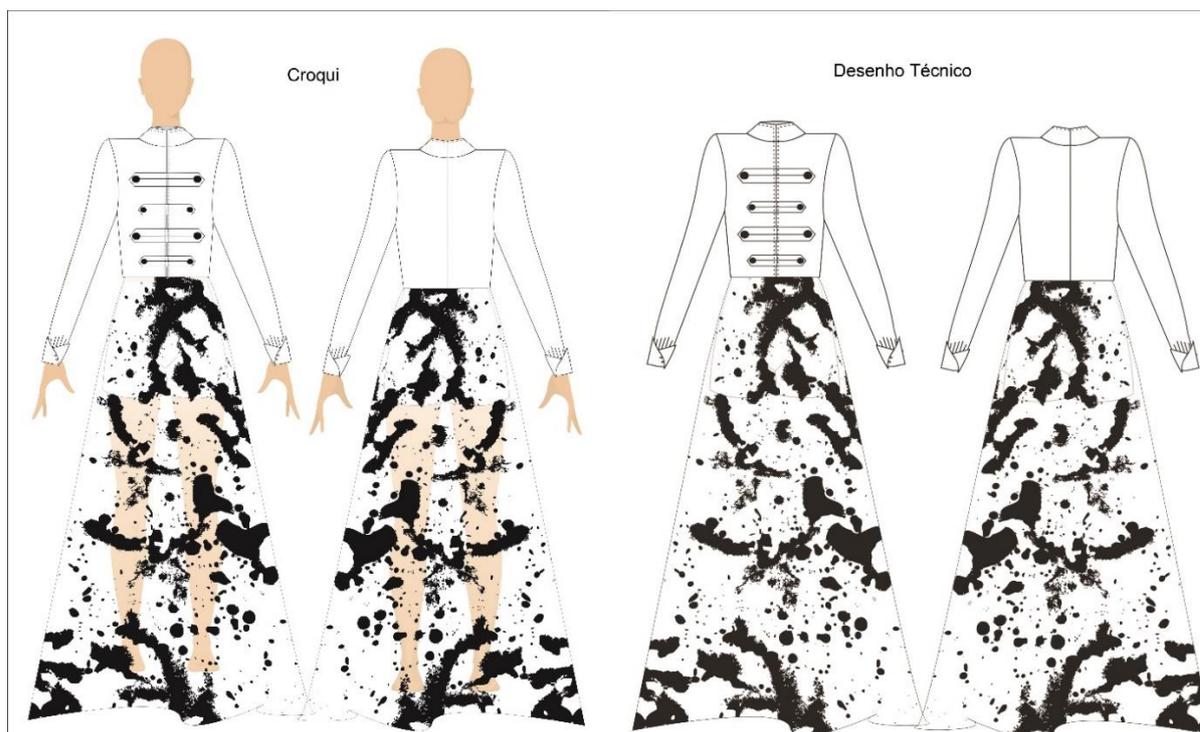
## 6 DESENVOLVIMENTO

Esta etapa do projeto é destinada ao desenvolvimento e confecção das peças físicas que irão compor a coleção de outono 2022, de acordo com as fichas técnicas de cada peça. Nesta fase, serão feitas as modelagens e a produção.

### 6.1 MODELAGEM

Nesta etapa de escolha dos desenhos da coleção, serão produzidas as modelagens das peças (Figura 63) presentes no mapa da coleção. Para Treptow (2013), os desenhos são encaminhados para o setor de modelagem, para a elaboração de protótipos, e as peças são confeccionadas em tamanho próprio para prova, partindo de medidas que se enquadrem no padrão desejado pela empresa. Dessa forma, para o desenvolvimento das peças finais, foram classificados dois *looks*. O primeiro é composto por duas peças, conforme segue: parte superior um casaco, no modelo Spencer, na altura da cintura, no tecido Jacquard, na cor branca, casual e estiloso; na parte inferior uma saia longa de malha com respingos de tintas de diversas cores, com tule por cima para dar um efeito 3d.

Figura 63 - Modelo da peça final.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Para uma melhor exploração do tecido e produção dos modelos, optou-se pelo processo de modelagem plana, sob medida. A Figura 64 ilustra o desenvolvimento dos modelos do casaco e da saia, a partir da modelagem no papel.

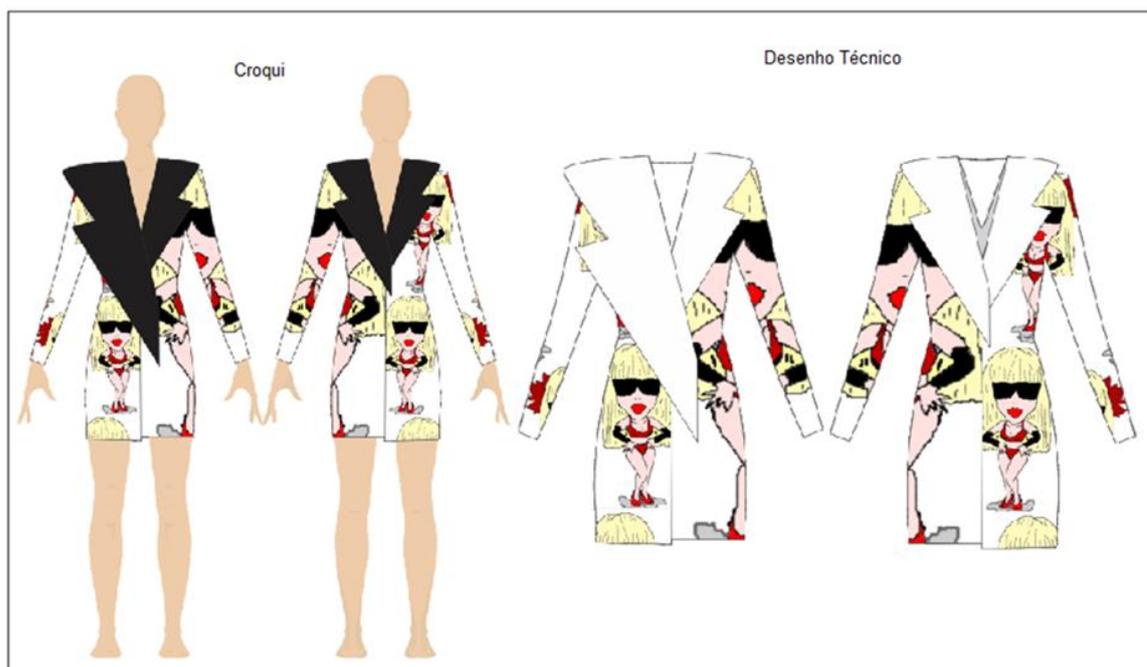
Figura 64 - Processo de modelagem *look* 1.



Fonte: Acervo da autora, 2021.

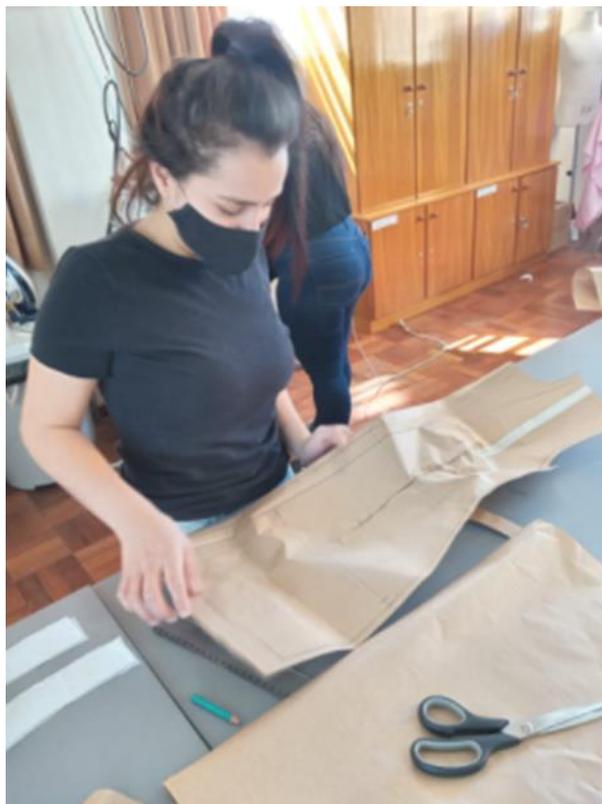
O segundo *look* é composto por apenas uma peça, cujo modelo se adapta ergonomicamente ao corpo, com o processo de modelagem plana adepto à *moulage*. O vestido blazer caracteriza-se de um tecido *new span* branco, com sublimação de uma estampa produzida pela designer da coleção, com a gola estilo paletó na frente e na parte das costas (Figura 65).

Figura 65 - Modelo da peça.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

Figura 66 - Processo de modelagem *look 2* (1).



Fonte: Acervo da autora, 2021.

Após a conclusão desta etapa de desenvolvimento, inicia-se a produção e costura dos *looks*, escolhidos de acordo com as modelagens planas e moulage de cada peça.

## 6.2 PRODUÇÃO

Nesta etapa, será abordada como é feita a produção de uma coleção de moda. As peças finais dos *looks* escolhidos serão confeccionadas nos específicos tecidos de Jacquard para o primeiro *look*, em sequência, para a saia, utilizou-se o tecido de malha pintada a tinta com tule; para o segundo *look* (vestido terno), o tecido de *new span*. Assim, iniciou-se a produção das peças finais, sendo a saia de malha cortada conforme as medidas certas, para ter um bom caimento do tecido, propondo melhor aproveitamento. Para compor o *look*, o casaco Spencer foi feito em modelagem plana, com aplicação de entretela colante e, após, foi moldado ao corpo para ajustes, o que fez com que se tornasse sob medida. O mesmo processo foi realizado no segundo modelo, o *blazer*, foi inicialmente cortado o tecido a partir da modelagem plana e, logo após, modelando e ajustando o material no corpo até atingir a estrutura desejada, além disso, realizou-se o corte final e a costura das peças. Durante o processo de montagem do *blazer*, foram ajustados em moulage, assim como, o uso de entretela colante para melhor estrutura e sustento da peça no corpo, além de, o uso de colchetes de gancho o para seu fechamento. Na confecção da saia, foi utilizado o tecido de malha na parte do cóis, junto ao tule para melhor conforto. Na figura 67, observa-se a produção do primeiro *look* composto pela saia e casaco Spencer.

Figura 67 - Processo de modelagem *look 2* (2).



Fonte: Acervo da autora, 2021.

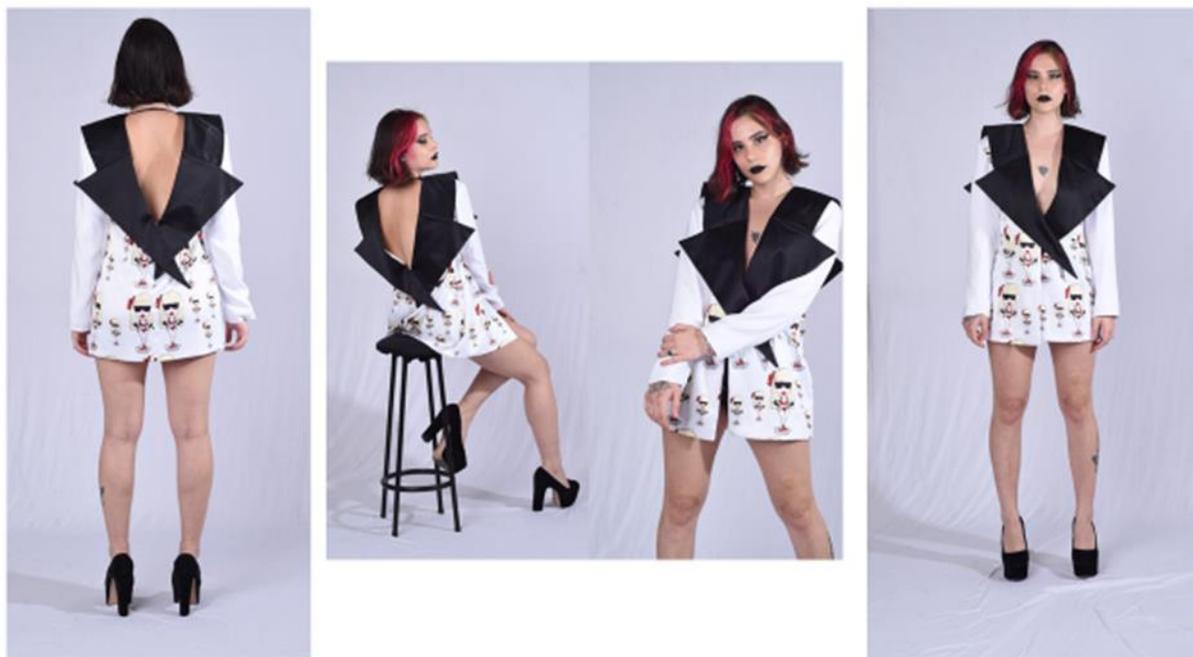
Por fim, após a confecção das peças, serão realizadas as fotos do editorial da coleção, de outono 2022 e o desenvolvimento do *book* de moda.

Figura 68 - *Look 1*.



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Figura 69 - Look 2.



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

## 7 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste trabalho, desenvolveu-se uma coleção de moda feminina com referências na estética surrealista, a fim de conectar a arte à moda. Para a elaboração da coleção, utilizou-se a fundamentação teórica e prática de acordo com a metodologia de Treptow (2013), que se divide em pesquisas em moda, planejamento, design e desenvolvimento da coleção. Foi criada uma coleção de moda com inspiração no surrealismo, trazido para o vestuário da mulher contemporânea, simbolicamente apresentado a partir de elementos de design e traços dessa estética. Com as peças criadas, pretendeu-se mostrar que a mulher pode ter liberdade de se expressar por meio da moda, trazendo consigo a arte e culturas diferentes. Utilizou-se a estética surrealista com a intenção de criar peças de vestuário inovadoras e para uma mulher estilosa.

Os processos utilizados para a concretização das peças são de grande importância para o desenvolvimento da coleção, para que seja possível chegar aos resultados almejados. Utilizaram-se tecidos de qualidade, como o *new span* e o *jacquard*, que necessitam de cuidados e atenção no manuseio durante a produção das peças. Todos os tecidos usados não são encontrados com muita facilidade no mercado, pois alguns são de valores elevados.

Para o casaco Spencer, foram necessárias duas tentativas de criação da peça, pois, por ser confeccionada com forro de outro tecido, foi preciso fazer ajustes para se encaixar e dar formato à peça. Além disso, foi preciso manusear com cuidado para que não ocorressem rasgos. Pôde-se perceber que, na execução da modelagem, cada peça demanda uma forma diferente para ser produzida.

Portanto, todas as peças foram produzidas com modelagem plana, porém a gola do *blazer* vestido foi desenvolvida somente por *moulage*, para melhor elevação do tecido. Por fim, com as peças que compõem os *looks* escolhidos para confecção foram alcançados os objetivos do presente projeto, no qual visou-se construir peças diferenciadas para que as mulheres, ao usá-las, tivessem liberdade de expressão, retratando simbolicamente a estética surrealista.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para este estudo, foi preciso pesquisar alguns temas relevantes para a coleção que se propôs realizar, como estética surrealista, moda *slow fashion*, bem como desenvolver uma coleção de moda feminina buscando referências na arte. A sustentabilidade, pilar da moda *slow fashion*, foi estudada ao longo do trabalho, porém não foi utilizada para coleção desenvolvida. Na coleção, criou-se a possibilidade de mostrar uma imagem libertadora da mulher contemporânea e descolada. O fundamento teórico do projeto de pesquisa resume-se na influência da estética surrealista na moda.

A partir disso, pode-se afirmar que a moda serve para representar significados e personalidades opostas, de maneira que caracteriza o pensamento de cada ser humano, absorvendo padrões diferenciados. As peças desenvolvidas trazem a diferenciação e consideram os termos de compatibilidade e representatividade, e a originalidade da coleção caracteriza a moda como forma de expressão. Enfim, constata-se que o propósito do trabalho foi alcançado, já que, por intermédio da moda, é possível se reinventar, se expressar e mostrar a personalidade de cada um, além de transformar e desconstruir padrões predominantes, aspectos que foram confirmados com a realização desta pesquisa. Por meio das peças desenvolvidas, demonstra-se que os pensamentos dos seres humanos são extensivos às características que cada um carrega consigo, e seus desejos pessoais são retratados pelo vestuário.

Com a conclusão deste trabalho, percebe-se que a moda e a arte se conectam e, assim, formam uma maneira de expressar os sentimentos. Os resultados deste trabalho foram satisfatórios, no que se refere à proposta inicial da coleção, tornando-se possível realizar o planejamento de uma coleção de moda por meio das metodologias de Treptow (2013). Assim, conclui-se aqui o estudo e a pesquisa desenvolvidos, juntamente com a criação autoral de todos os modelos apresentados.

Após a conclusão das etapas da pesquisa, os desenhos e as fichas técnicas servem de apoio para a confecção das peças escolhidas para representar a coleção criada neste projeto. Portanto, serão elaborados os modelos dos *looks* selecionados, produzidos a partir de modelagens fundamentais. Além disso, conclui-se que, com a realização deste Trabalho Final de Graduação, atingiu-se o objetivo de desenvolver uma coleção de moda feminina com inspiração nas obras surrealistas.

## REFERÊNCIAS

- ABNT. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Informação e Documentação: resumo, apresentação: NBR 6028**. Rio de Janeiro, RJ: ABNT, 2003. 2 p.
- AIDAR, Laura. **12 obras de Salvador Dalí que vão te impressionar**. Toda Matéria, 2020. Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/obras-de-salvador-dali/>>. Acesso em: 20 set. 2021.
- BACHEGA JUNIOR, Vanderlei. **Surrealismo**. Todo Estudo, 2016. Disponível em: <<https://www.todoestudo.com.br/artes/surrealismo>>. Acesso em: 03 abr. 2021.
- BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação**. São Paulo. Rocco, 1992.
- BERLIM, Lilyan. **Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária**. Editora Estação das Letras. São Paulo, 2012.
- BLOG DA AUDIODESCRIÇÃO, 2011. **Duplo segredo: a nova exposição de fotos audiodescritas da Midiace**. Disponível em: < <http://www.blogdaaudiodescricao.com.br/2011/06/duplo-segreto-nova-exposicao-de-fotos.html>>. Acesso em: 09 set. 2021.
- BONA, Sheila Fernanda. **Método de projeto de coleção em design de moda: uma configuração para micro e pequenas empresas**. Udesc, 2019. Disponível em: <[https://www.udesc.br/arquivos/ceart/id\\_cpmenu/6295/Disserta\\_\\_o\\_Sheila\\_Fernanda\\_Bona\\_15816930311845\\_6295.pdf](https://www.udesc.br/arquivos/ceart/id_cpmenu/6295/Disserta__o_Sheila_Fernanda_Bona_15816930311845_6295.pdf)>. A
- CENTRO UNIVERSITÁRIO FRANCISCANO. **Orientações para a Elaboração e Apresentação de Projetos de Pesquisa, Monografias e Dissertações**. Santa Maria, RS: Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa, 2006. 32 p.
- DIANA, Daniela. **Salvador Dalí**. Toda Matéria, 2020. Disponível em: < <https://www.todamateria.com.br/salvador-dali/>>. Acesso em: 10 set. 2021.
- DIB, Simone Faury (Coord.). **Roteiro para Apresentação das Teses e Dissertações da Universidade do Estado do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro, RJ: UERJ, Rede Sirius, 2007. 133 p.
- DONDIS, Donis. **Sintaxe da Linguagem Visual**, 1973. Disponível em: <[http://www3.uma.pt/dmfe/DONDIS\\_Sintaxe\\_da\\_Linguagem\\_Visual.pdf](http://www3.uma.pt/dmfe/DONDIS_Sintaxe_da_Linguagem_Visual.pdf)>. Acesso em: 12 set. 2021.
- DUARTE, Van. **Estilo Contemporâneo**, 2014. Disponível em: < <https://vanduarte.com.br/estilo-contemporaneo/>>. Acesso em: 09 set. 2021.
- FONSECA, Adriano. **Roupas sustentáveis: a moda com impacto reduzido**. Cobra d'água, 2020. Disponível em: < <https://www.cobradagua.com.br/blog/roupas-sustentaveis-a-moda-com-impacto-reduzido>>. Acesso em: 10 ago. 2021.
- FREITAS, Ana Karina. **Psicodinâmica das cores**, 2007. Disponível em: < [https://hosting.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Cor/psicodinamica\\_das\\_cores\\_em\\_comunicacao.pdf](https://hosting.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Cor/psicodinamica_das_cores_em_comunicacao.pdf)>. Acesso em: 09 set. 2021.
- FUKS, Rebeca. **10 obras para compreender René Magritte**, 2020. Disponível em: < <https://www.culturagenial.com/obras-magritte/>>. Acesso em: 09 set. 2021.
- FURASTÉ, Pedro Augusto. **Normas Técnicas para o Trabalho Científico: com explicitação das normas da ABNT**. 15. ed. ref. atual. Porto Alegre, RS: Brasil, 2009. 239 p.
- GARCIA, Sueli. **O Surrealismo e a Moda**. Revista Belas Artes, ano 2, n. 3, maio-ago. 2019. Disponível em: <<https://www.belasartes.br/revistabelasartes/downloads/artigos/3/o-surrealismo-e-a-moda.pdf>>. Acesso em: 30 mar. 2021.
- GOLDBERG, Roselee. **A arte da performance**. São Paulo: Martins Fontes Editoria, 2006.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto**: sistema de leitura visual da forma. São Paulo: Escrituras Editora, 2008.

GOMES, Helô. **O que é *slow fashion* e por que adotar essa moda?** Coletivo lírico, 2019. Disponível em <<https://coletivolirico.com.br/o-que-e-slow-fashion-e-por-que-adotar-essa-moda/>>. Acesso em: 20 abr. 2021.

HBS, 2016. **Reformation**: Making Sustainability Trendy. Disponível em: <<https://digital.hbs.edu/platform-rctom/submission/reformation-making-sustainability-trendy/>>. Acesso em: 04 abr. 2021.

IMBROISI, Margaret; MARTINS, Simone. **Surrealismo**. História das Artes, 2021. Disponível em: <<https://www.historiadasartes.com/nomundo/arte-seculo-20/surrealismo/>>. Acesso em: 06 abr. 2021.

JUNQUEIRA DOS SANTOS, Carolina. **A ordem secreta das coisas**: René Magritte e o jogo do visível, 2006. Disponível em: < <http://livros01.livrosgratis.com.br/cp067564.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2021.

KEIKO, Heloisa. **Slow fashion: conheça esse movimento para levar uma vida mais sustentável**. Dicas de Mulher, 2020. Disponível em <<https://www.dicasdemulher.com.br/slow-fashion/#:~:text=Ao%20escolher%20pe%C3%A7as%20feitas%20com,ambiental%20no%20processo%20de%20produ%C3%A7%C3%A3o>>. Acesso em: 21 abr. 2021.

HELENA, Ligia. **130 anos de Elsa Schiaparelli**. Elle, 2020. Disponível em: <<https://elle.com.br/moda/elsa-schiaparelli>>. Acesso em: 02 jul. 2021.

LANG, Marco. **Repetição**: princípio do design, 2017. Disponível em: < <https://marcolang.com.br/repeticao-principio-do-design/>>. Acesso em: 10 set. 2021.

LA PRAIRE. **A Maison Worth e a Origem da alta-costura**, 2021. Disponível em: < <https://www.laprairie.com/pt-latam/editorials-article?cid=haute-couture>>. Acesso em: 10 set. 2021.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero**: A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das letras, 1989.

MAGALHÃES, Ariana. **Estilo elegante ou contemporâneo**. Bloguices Dela, 2020. Disponível em: < <http://bloguicesdelas.com.br/estilo-elegante-ou-contemporaneo/>>. Acesso em: 10 set. 2021.

MAURILIO, Leonize. **História da Moda**. Fashion Bubbles, 2011. Disponível em <https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/desfile-conceitual/6177/>>. Acesso em: 18 abr. 2021.

MOSCHINO. **Mundo das Marcas**, 2018. Disponível em <<https://mundodasmarcas.blogspot.com/2007/04/moschino-irreverncia-na-moda.html?m=1>>. Acesso em: 02 jul. 2021.

MULLER, Florence. **Arte & Moda**. São Paulo: Cosac & Naif Edições, 2000, 80p.

O QUE É FAST FASHION. **Digitale Têxtil**, 2020. Disponível em: <<https://www.digitaletextil.com.br/blog/o-que-e-fast-fashion/>>. Acesso em: 02 jul. 2021.

PAULINO, Poseli. **Biografia de René Magritte e suas principais obras**. Arte e Artistas, 2020. Disponível em: <<https://arteeartistas.com.br/biografia-de-rene-magritte-e-suas-principais-obras/>>. Acesso em: 30 ago. 2021.

PINHO, J. B. **Comunicação em marketing**: princípios da comunicação mercadológica. 7. ed. São Paulo: Papirus, 2004.

PORTAL SÃO FRANCISCO, 2016. **História da Elsa Schiaparelli**. Disponível em: <<https://www.portalsaofrancisco.com.br/curiosidades/historia-da-elsa-schiaparelli>>. Acesso em: 30 mar. 2021.

RIGHI, Carlos. **Princípios de Composição no Design Gráfico**, 2016. Disponível em: <<http://www.carlosrighi.com.br/177/Produ%C3%A7%C3%A3o%20Gr%C3%A1fica%2020101/01%20Principios%20de%20Composi%C3%A7%C3%A3o%20no%20Design%20Gr%C3%A1fico%20-%20s%C3%ADntese.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2021.

SALA DAS ARTES, 2016. **O estilo surreal de Salvador Dalí**. Disponível em: <<https://salaseteartes.wordpress.com/pintura-2/o-estilo-de-salvador-dali/>>. Acesso em: 30 ago. 2021.

SUÇUARANA, Monik. **Moda sustentável**. Infoescola, 2016. Disponível em: <https://www.infoescola.com/ecologia/moda-sustentavel/>. Acesso em: 30 mar. 2021.

TORRE, Luigi. **Surrealismo é uma das maiores tendências da moda atual: entenda!** Harper's Bazaar Brasil. 2016. Disponível em: <<https://harpersbazaar.uol.com.br/moda/surrealismo-e-uma-dasmaiores-influencias-da-moda-atual-entenda/>>. Acesso em: 5 abr. 2021.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda: Planejamento de coleção**. Brusque: Doris Treptow, 2013.

UOB JOURNAL, 2020. **Descrição da pintura de Salvador Dalí "O Homem Invisível"**. Disponível em: < <https://br.uobjournal.com/2236-description-of-the-painting-by-salvador-dali-the-inv.html>>. Acesso em: 5 set. 2021.

WAJNMAN, S.; ALMEIDA, A, J. **Moda, comunicação e cultura**: 2. ed. São Paulo: Editora Arte e Ciência, 2005.

YAZBEK, Renata. **A sustentabilidade na moda**. Jusbrasil, 2017. Disponível em <https://renatahonorioyazbek.jusbrasil.com.br/artigos/437944445/a-sustentabilidade-na-moda>. Acesso em: 25 mar. 2021.