

UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAIBA  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E COMUNICAÇÃO CURSO DE  
DESIGN DE MODA

BEATRIZ CAROLINA DE SOUZA SANTOS

**COLEÇÃO DE MODA STREETWEAR INSPIRADA NA CULTURA TRADICIONAL  
JAPONESA**

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS – SP  
2020

BEATRIZ CAROLINA DE SOUZA SANTOS

**COLEÇÃO DE MODA STREETWEAR INSPIRADA NA CULTURA TRADICIONAL  
JAPONESA**

Trabalho de Graduação de Curso apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como complementação dos créditos necessários para obtenção do grau de bacharel em Design de Moda.

Orientador: Prof<sup>a</sup> Natalie de Oliveira Manso

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS – SP  
2020

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DA OBRA**

**Ficha catalográfica**

Gregório, Amanda Paula Alves  
Coleção Flor vermelho sangue / Amanda Paula Alves Gregório;  
Simone Freitas Tavares; orientadora, Raquel de Andrade Ferreira  
Guimarães de Souza. - São José dos Campos, SP, 2020.  
100 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Universidade do Vale  
do Paraíba, São José dos Campos. Design de Moda .

Inclui referências

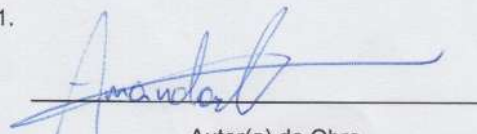
1. Design de Moda . 2. Moda praia. 3. Frida Kahlo. 4.  
Conforto. I. Tavares, Simone Freitas . II. de Andrade Ferreira  
Guimarães de Souza, Raquel, orient. III. Universidade do Vale do  
Paraíba. Design de Moda . IV. Título.

Eu, Amanda Paula Alves Gregório, autor(a) da obra acima referenciada:

Autorizo a divulgação total ou parcial da obra impressa, digital ou fixada em  
outro tipo de mídia, bem como, a sua reprodução total ou parcial, devendo o  
usuário da reprodução atribuir os créditos ao autor da obra, citando a fonte.

Declaro, para todos os fins e efeitos de direito, que o Trabalho foi elaborado  
respeitando os princípios da moral e da ética e não violou qualquer direito de  
propriedade intelectual sob pena de responder civil, criminal, ética e  
profissionalmente por meus atos.

São José dos Campos, 18 de Janeiro de 2021.

  
\_\_\_\_\_  
Autor(a) da Obra

Data da defesa: 11 / 12 / 2020

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente agradeço a Deus por me conceder saúde para concluir esta etapa, por cuidar de cada detalhe desde o início deste curso para que eu pudesse viver este momento e, por colocar a minha volta pessoas tão especiais neste caminho. Também aos meus pais Luiz e Zilá, por compreenderem a minha escolha de curso, me darem todo o apoio necessário e o melhor deles a mim. A minha irmã Isabela que sempre me apoiou e se fez tão presente. A minha sobrinha Helena, que tem sido nossa alegria desde a sua chegada, e compartilhou comigo sua energia todos os dias. Ao meu namorado Caique, que me apoiou a todo momento e me tranquilizou sempre que necessário sendo tão presente e compreensivo. Ao meu cunhado Bruno pelo apoio de sempre. As minhas amigas Mariana e TÁCILA, que foram presentes e estiveram presentes durante toda essa caminhada, compartilhando de cada momento e me auxiliando em toda e qualquer situação. A Prof<sup>a</sup> Natalie, por compartilhar seus conhecimentos, nos inspirar com suas matérias lecionadas, incentivar na jornada da moda e pelo auxílio de suas orientações para este projeto.

## RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso, que tem como tema Coleção de Moda Streetwear Inspirado na Cultura Tradicional Japonesa, possui como objetivo desenvolver uma coleção que desperte o senso crítico sobre o que se conhece como moda, e o entendimento desta como forma de expressão. A metodologia é composta por pesquisas bibliográficas e levantamento de campo, que auxiliam no desenvolvimento deste trabalho. A problemática deste projeto é segregar a moda do olhar comercial comum, para a moda como arte e expressão. Espera-se com este projeto, trazer uma percepção fora dos padrões comerciais da moda e, despertar o olhar do público-alvo para a real essência desta, que é identidade e expressão.

**Palavras Chaves:** Moda. Streetwear. Cultura Japonesa.

## **ABSTRACT**

This term paper, which has as its theme Streetwear Fashion Collection Inspired by Traditional Japanese Culture, aims to develop a collection that awakens a critical sense of what is known as fashion, and its understanding as a form of expression. The methodology consists of bibliographic research and field survey, which assist in the development of this work. The problem with this project is to segregate fashion from the common commercial eye, to fashion as art and expression. It is hoped with this project, to bring a perception outside the commercial standards of fashion and, to awaken the target audience's gaze to the real essence of this, which is identity and expression.

**Keywords:** Fashion. Streetwear. Japanese culture.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Movimento Punk anos 70.....	18
Figura 2 - Movimento Hip Hop anos 80 e 90 .....	19
Figura 3 - Movimento Grunge anos 90.....	19
Figura 4 - Shawn Stussy .....	21
Figura 5 - Streetwear atual.....	22
Figura 6 - Estilos de Harajuku .....	24
Figura 7 - Issey Miyake, Rei Kawakubo e Yamamoto .....	25
Figura 8 - Criações anos 80 Issey Miyake, Rei Kawakubo e Yohji Yamamoto .....	26
Figura 9 - Moda ocidental anos 80 .....	27
Figura 10 - Criações Issey Miyake .....	29
Figura 11 - Criações Rei Kawakubo.....	30
Figura 12 - Criações Yohji Yamamoto.....	32
Figura 13 - Painel da marca .....	34
Figura 14 – Logotipo .....	35
Figura 15 - Etiqueta fantasia .....	35
Figura 16 - Etiqueta de composição.....	35
Figura 17 - Tag.....	36
Figura 18 – Embalagem Zip Lock.....	36
Figura 19 – Embalagem caixa.....	37
Figura 20 – Painel do público-alvo .....	44
Figura 21 – Painel semântico da coleção.....	45
Figura 22 – Cartela de cores da coleção.....	46
Figura 23 – Caimento de tecidos.....	47
Figura 24 – Silhueta da coleção .....	48
Figura 25 – Elementos de estilo .....	49
Figura 26 – Mapa da coleção.....	50
Figura 27 – Mapa da coleção .....	51
Figura 28 – Demonstração de referência .....	52

## LISTA DE TABELA

Gráfico 1 - Faixa etária.....	39
Gráfico 2- Gênero.....	40
Gráfico 3 - Perfil dos consumidores .....	40
Gráfico 4 – Interesse do consumidor em referencias de moda na hora de se vestir .	41
Gráfico 5 - O que o consumidor leva em consideração na hora de se vestir. ....	41
Gráfico 6 - Como consumir se identifica com o próprio estilo.....	42
Gráfico 7 - Aceitação do consumidor a coleção .....	42

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>7</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Origem da moda .....	9
2.2 Design de moda.....	10
<b>3 TENDÊNCIA DE MODA .....</b>	<b>12</b>
3.1 Macrotendência e microtendência.....	13
<b>4 INSPIRAÇÃO DA COLEÇÃO .....</b>	<b>15</b>
4.1 Japão tradicional.....	15
4.2 Origem do streetwear .....	16
4.3 Streetwear no Japão .....	22
<b>5 PRINCIPAIS ESTILISTAS JAPONESES .....</b>	<b>25</b>
5.1 Issey Miyake .....	27
5.2 Rei Kawakubo .....	29
5.3 Yohji Yamamoto.....	30
<b>6 CRIAÇÃO DA MARCA .....</b>	<b>33</b>
6.1 Identidade visual .....	34
<b>7 DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO .....</b>	<b>38</b>
7.1 Resultados da pesquisa .....	38
7.2 Dados demográficos e identificação do público com o produto .....	39
7.3 Definição de público-alvo .....	43
7.4 Painel de público-alvo .....	43
<b>8 PROCESSO CRIATIVO .....</b>	<b>45</b>
8.1 Cartela de cores .....	45
8.2 Tecidos.....	46
8.3 Aviamentos .....	47
8.4 Linhas e silhuetas .....	47
8.5 Elementos de estilo.....	48
8.6 Croquis.....	49
8.7 Mapa da coleção.....	50
8.8 Ficha técnica.....	51
<b>9 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>53</b>

**REFERÊNCIAS.....54**

## 1 INTRODUÇÃO

Desde o início do desenvolvimento da sociedade, o ser humano esteve destinado a seguir padrões, sejam eles sociais, comportamentais ou estéticos e, são esses padrões que definem o que é visto como belo. Todavia, sabe-se que esses padrões mudam de acordo com a cultura de cada lugar e época.

Na Grécia antiga, os gregos deram origem a teoria do belo, levando em consideração que proporções simétricas são o que tornam algo harmônico. Desta forma, a evolução do mundo ocidental com relação ao que é belo se seguiu em redor deste princípio (ECO, 2010). Considerando que a beleza está no que é semelhante, pode-se dizer que todo o padrão de estética foi idealizado em torno deste pensamento.

O conceito de belo na Estética Grega está fundamentalmente pautado na concepção platônica/aristotélica de mundo e, para eles, a vida e a arte se fazem baseadas em equilíbrio, simetria, harmonia e proporcionalidade. E, até hoje, somos herdeiros dessa tradição, que se projetou no Renascimento, momento histórico no qual tais preceitos foram revisitados, e que permeia o aspecto racional do juízo de gosto que propagamos na moda ainda hoje (BÔAS, 2015).

Este conceito do belo ainda se perpetua no mundo ocidental contemporâneo, em meio aos padrões dominantes na sociedade. Sabendo que cada indivíduo é influenciado por pessoas de seu convívio, pode-se dizer que, estamos sempre condicionados a seguir padrões. Esses são existentes em várias áreas da vida do ser humano, incluindo beleza, arte, música e claro na moda. Este último faz com que as pessoas tomem como verdade para si, comportamentos e escolhas que muitas vezes não as cabem e não as representam, unicamente para que sejam aceitas por determinados grupos sociais. Modelos padrões trazem para o mundo o ato do julgamento a partir das escolhas do outro, tendo como olhar de estranheza qualquer coisa ou ser que os confronte de alguma forma.

Lembre-se de que, ao andar e conviver com qualquer pessoa, aprendemos com ela e ela conosco. Em outras palavras, estamos naturalmente e inconscientemente modelando-a. Por isso, muito cuidado com as pessoas as quais você se permite conviver, pois sempre existirá troca e modelagem (VIEIRA, 2017).

Tendo como função da moda a comunicação e a criação de identidade, essas acabam por encontrar dificuldades em cumprir seu propósito, quando padrões de

estética ressignificam moda como algo superficial, assim impedindo que as funções desta sejam colocadas em prática devido a pré-julgamentos e conclusões precipitadas. Desta forma, torna se necessário o entendimento real do significado da moda, para que se rompam pré-julgamentos em relação ao que é diferenciado. Assim permitindo que se tenha uma compreensão da moda além de padrões estéticos, mas também como modo expressão e comportamento.

Este projeto tem como intuito abordar a relação da moda e, a aceitação ao que é novo e diferente, assim como cada indivíduo. E juntamente apresentar uma coleção para reforçar o olhar da moda como identidade, a fim de que se reflita sobre esta, além dos seus padrões estéticos e superficiais.

A coleção seguirá uma linha conceitual e, será desenvolvida a partir do estilo *streetwear* com inspiração na cultura tradicional japonesa. A fim de aproximar o olhar das diferenças culturais entre ocidente e oriente, reforçando a moda como expressão. Para a criação, serão utilizados elementos que trazem como referência o vestuário e a cultura tradicional japonesa, como suas formas geométricas, linhas minimalistas e silhuetas alargadas, assim como o *streetwear* em seu conceito *oversized* e urbano.

Para o desenvolvimento deste projeto, foram utilizados métodos de pesquisa bibliográfica e um questionário com perguntas fechadas, aplicado através do Aplicativo Google Forms, entre 02 de junho à 07 de julho de 2020.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo apresentará a explanação feita a partir das pesquisas realizadas para a execução deste projeto.

### 2.1 ORIGEM DA MODA

Segundo Fairchild em *Dictionnary of Sociology* (1964), a moda é descrita como sendo “variações contínuas, relativamente transitórias e socialmente aceitas, ocorridas nas vestimentas, na mobília, na música, na arte, na fala e outras áreas culturais.”

Antes da moda atingir ao que se conhece atualmente, ela passou por inúmeras mudanças e, mesmo antes de ser considerada moda ela não existia com os conceitos que se conhece hoje. Laver (2011) afirma “Foi na segunda metade do século XIV que as roupas, tanto masculina quanto femininas, adquiriram novas formas e surgiu algo que já podemos chamar de “moda” ”

A moda que se compreende, tem como fundamento questões psicológicas do ser humano atrelado as relações sociais. É a forma que o indivíduo utiliza para se comunicar, expressar suas preferências e se conectar com as pessoas ao seu redor. Por isso é chamada de fenômeno social. Lipovetsky (2009) define a moda como:

[...] forma específica de mudança social, ela não está ligada a um objeto determinado, mas é, em primeiro lugar, um dispositivo social caracterizado por uma temporalidade particularmente breve, por reviravoltas mais ou menos fantasiosas, podendo afetar esferas muito diversas da vida coletiva.

Na moda, ao mesmo tempo em que o indivíduo busca certa originalidade e individualidade na maneira de se mostrar ao mundo, ele também espera pelo reconhecimento e a aceitação em seu grupo de relações.

Na metade do século XIV, no fim da idade média e início do Renascimento, fortes mudanças ocorreram pela Europa. A principal delas foi a economia, que deu espaço para o surgimento da moda.

A divisão rígida da sociedade entre Clero, Nobres e Plebeus começou a se diluir; com o desenvolvimento das cidades e do comércio, a burguesia

começa a prosperar, impulsionada pelo progresso tecnológico e pelo contato entre diferentes regiões (POLLINI, 2018, p. 130).

A partir da economia o comércio aumentou, fazendo com que os burgueses começassem a ter certo poder social e, conseqüentemente colaborando com a queda da corte. Isso gerou uma nova visão de mundo e novas possibilidades. Foi no meio dessa reviravolta que o conceito de moda surgiu.

Com maior facilidade no comércio os burgueses passaram a ter acesso aos tecidos, o que os possibilitou na confecção de suas roupas, as quais eram cópias da nobreza com o intuito de se igualarem a eles, o que de fato se tornou possível.

Ainda que os burgueses tivessem derrubado o espaço da nobreza, essa busca pela diferenciação das classes era incessável. Pollini ressalta “Um dos elementos apontados por pesquisadores da história da moda como causador destas mudanças é a competição social. Tal competição já estaria presente nesta sociedade do século XIV”.

Com o início da Revolução Industrial no século XVIII, e as mudanças nos processos de produção e conseqüentemente da economia, possibilitaram a continuação da cópia da indumentária de forma mais fiel com o intuito de igualdade entre as classes.

De acordo com Lamoglia (2017) “A moda toma partido na análise pelo vestuário, acessórios e comportamento, como uma maneira de expressão que gera distinção e hierarquia dentro dos grupos sociais”. Assim é possível afirmar que moda que busca igualar as classes sociais, ainda se faz presente na sociedade contemporânea, pois essa serve como forma avaliativa, onde o indivíduo qualifica o outro primeiramente a partir da sua aparência externa o validando por meio desta.

## **2.2 DESIGN DE MODA**

Levando em consideração que o *design* é a criação de um produto (objeto) de acordo com as necessidades humanas, relacionado à moda ele é a construção de tudo que compõem o vestuário, com os seus pontos físicos e subjetivos.

As roupas compõem uma arquitetura têxtil onde cada linha tem um sentido: aquele de um conjunto de objetos fabricados servindo de um lado para cobrir o corpo humano, para proteger e, de outro, para embelezá-lo, ornamentá-lo

ou dar-lhe uma característica determinada com o propósito de marcar seu papel na cena (CASTILHO; MARTINS, 2005)

Tendo em mente que a moda é a forma como o ser humano se relaciona, se comunica e se comporta de modo geral através da vestimenta, o *design* de moda vai muito além de suprir uma necessidade física. Supre necessidades imateriais do indivíduo, sendo necessário para isto estudos em áreas do comportamento humano, para que se desenvolva o produto de moda a partir de aspectos materiais e imateriais. “(...) Sua busca deve transpor os limites do mundo fashion, abrangendo pesquisas nas mais variadas áreas, de maneira globalizada” (FORTUNI, 2015).

Segundo Cunha (2016), o *design* de moda tem a função de unir a realização técnica e econômica com a criatividade, a fim de desenvolver produtos competitivos para o mercado e apropriados a capacidade de produção da empresa, além de estabelecer relação entre os produtos desenvolvidos e o custo de produção com o preço apropriado ao mercado.

Assim conclui-se que não sendo somente uma criação livre, o *design* de moda é a criação voltada para o mercado, com destino final de atrair um público. Ela é totalmente trabalhada e pensada para um determinado público-alvo, pensando em todos os elementos que trarão a atenção do consumidor para o produto final.

### 3 TENDÊNCIA DE MODA

A palavra tendência atualmente se encontra conectada a previsões relacionadas a diversas áreas, indo da economia a moda. Com origem do latim, a expressão vem da palavra *tendentia*, de significados “tender para”, “inclinarse para” ou “ser atraído por” (CALDAS, 2004). E passou por alterações em seus significados ao longo da história.

O fenômeno define-se sempre em função de um objetivo ou de uma finalidade, que exerce força de atração sobre aquele que sofre a tendência; ela expressa movimento e abrangência; é algo finito (no sentido de que se dirige para um fim) e, ao mesmo tempo, não é 100% certo que atinja o seu objetivo; é uma pulsão que procura satisfazer necessidades (originadas por desejos) e, finalmente, trata-se de algo que pode assumir ares parciais e pejorativos (CALDAS, 2004).

Segundo Caldas (2004), a ideia de tendência interligou-se ao conceito de progresso e evolução, originado por Auguste Comte a partir do século XIX. Na escala da evolução criada por Comte, ele aponta a burguesia branca como ideal a ser atingido no topo de uma pirâmide, assim fazendo com que as classes inferiores desejassem o progresso, a fim de se alcançar o objetivo idealizado.

[...] o positivismo construiu uma pirâmide e verticalizou a distância entre os mais desenvolvidos, no topo, e todos os outros, abaixo, ao mesmo tempo que criou a ideia de um movimento perpétuo, contínuo e necessário de ascensão – uma tendência -, dos que estão na base em direção ao topo. Por outro lado, a distância assim criada é temporal: “Nós, os mais evoluídos e desenvolvidos, somos vocês amanhã”; portanto, é preciso esforçar-se, apressar-se e correr em direção ao futuro que nos aguarda (Caldas, 2004).

O conceito de tendência que se vê aplicada nas diversas áreas da sociedade contemporânea, é um retrato da ideologia de progresso que almeja as inovações do futuro. Desta forma, a ideia de tendência aplicada em toda e qualquer área, está alicerçada no discurso de imposição positivista, a fim de que não haja brechas para possíveis questionamentos. Não seria diferente a aplicação para tendência de moda, “A justaposição provocativa é proposital: como o discurso positivista, o discurso da moda também decreta as suas verdades, o que é de bom gosto e o que não é, o que deve ser e o que não deve, o que é in e o que é out.” (CALDAS, 2004).

Porém, sabendo que a moda é um fenômeno social e que acompanha a evolução da sociedade, pode se dizer que fazer uma previsão de moda não é algo que pode ser 100% concretizado.

A impossibilidade de previsão da moda, do ponto de vista metodológico, advém do fato de que, para prever um fenômeno, é necessário um corpo teórico, uma cadeia de causalidades e uma bateria de indicadores qualitativos e quantitativos, cujos movimentos reais, substituídos na cadeia causal, permitam obter as previsões (CALDAS, 2004).

Para esquivar-se do cenário de imprevisibilidade, a indústria da moda utiliza de recursos para que não haja impactos negativos no decorrer da cadeia textil. Um destes recursos é estudo das macrotendências, que possibilitam a previsão de comportamento da sociedade e conseqüentemente seus desejos. Assim criando seus próprios meios de influência sobre as tendências de moda, a fim de possibilitar a ideia de certeza para indústria.

O princípio é simples: os atores que fazem parte da cadeia têxtil –industriais das fiações, tecelagens, confecções, especialistas etc. – “conversam” entre si e trocam informações, de modo a diminuir os riscos. Além disso, são consultados comitês de cores internacionais, birôs de estilo e tendências, salões profissionais, estabelecendo padrões que serão mais ou menos seguidos pelos produtores. Nesse caso, as tendências possibilitam “a construção dos fluxos de orientação que determinam a moda”. O sistema conta, também, com o apoio de uma divulgação eficiente pela mídia especializada e a adesão do varejo, e acaba permitindo a previsão do que será moda num lapso de tempo que vai de uma a quatro estações, em geral (CALDAS, 2004).

Desta forma, com os setores da cadeia textil interligados e reproduzindo informações semelhantes juntamente a repercussão da mídia, cria-se então uma tendência, o que estará na moda e em alta. Essa tendência de moda é voltada ao modismo, que são os produtos que se tornam desejos de consumo ofertados pela indústria ao público final.

### **3.1 MACROTENDÊNCIA E MICROTENDÊNCIA**

Segundo Caldas (2004), macrotendência é o que se classifica como tendências de fundo “[...] são aquelas que influenciam o social por longos períodos de tempo [...]”, assim refletindo também sobre o social de forma global. São comportamentos e

hábitos responsáveis pelo despertar de novos interesses da sociedade e, é a partir dela que essa passa a trilhar novos rumos e grandes transformações.

“Além de representarem posicionamentos de comportamento, as macrotendências apontam e norteiam toda a cadeia da moda quanto à produção para o consumo, ou seja; impactam diretamente na criação de novos produtos.

Com uma duração de cerca de 10 anos, esses caminhos de transformação refletem em tudo: no consumo e na moda (enquanto expressão do vestir-se como código imagético), na economia, na música, na literatura, nas artes, na decoração, na arquitetura...” (CARDOSO, 2020).

Como fruto desses novos interesses surgem as microtendências, que são as formas palpáveis dessas transformações e, de acordo com Caldas são tendências de ciclo curto, apontados como breves manifestações de moda. Tem seu período de duração inferior ao da macrotendência e, é ela que conduz o indivíduo quanto a questões relacionadas ao consumo de modismo.

Microtendências são mudanças que exercem influência sobre a sociedade no dia a dia. São a forma mais palpável e mais comercial de apresentar as macrotendências ao público-alvo consumidor. Com duração inferior às macrotendências, microtendências tendem a ter um ciclo de cerca de 3 a 5 anos (CARDOSO, 2020)

## 4 INSPIRAÇÃO DA COLEÇÃO

O tema da coleção é inspirado no *streetwear* e na cultura tradicional japonesa, assim este capítulo apresentará a cultura e história de ambos, a fim de melhor compreendê-los.

### 4.1 JAPÃO TRADICIONAL

O Japão assim como os outros países da Ásia, é conhecido por sua cultura, costumes e tradições milenares passadas de geração a geração e, que se fazem forte até hoje mesmo com toda a evolução do país. Suas origens são respeitadas e seriamente praticadas.

Assim como a mescla na cultura (tradições e modernidade), o país é um reflexo disso também em sua arquitetura, onde é possível ver a distinção entre prédios totalmente tecnológicos, com grandes telas e luzes que se misturam com monumentos históricos, templos, e casas tradicionais.

O país é um dos mais avançados em tecnologia de ponta. Seus investimentos em tecnologia fazem disso grande parte da economia do país. Segundo Trevisan, em dados publicados pelo site Estadão no ano de 2010, o Japão já esteve entre os três primeiros países mais ricos do mundo, ocupando a posição de terceiro lugar atrás da China.

[...] o Produto Interno Bruto (PIB) do país no segundo trimestre do ano ficou em US\$ 1,288 trilhão, abaixo do US\$ 1,337 trilhão obtido pela China. Se forem considerados os seis primeiros meses do ano, o Japão ainda está à frente, mas a vantagem da China deverá aumentar até o fim de 2010 (TREVISAN, 2010).

Apesar de ser um país evoluído, os japoneses mantêm as suas tradições e as prezam com orgulho. A preservação da cultura é um traço que carregam desde o início das colonizações. Quando o Japão iniciou as comercializações com o ocidente e, houveram indícios de imposição do cristianismo e implementação da cultura externa, o governo da época no país proibiu a entrada de estrangeiros e saída dos nativos durante o período Edo, com a política isolacionista para proteger a cultura.

Assim, muito do que os cercam está enraizado em sua cultura. Isso vai desde comportamento, comidas, bebidas, crenças, arquitetura, arte, até suas vestimentas,

estabelecendo então um padrão a ser seguido e, assim gerando uma necessidade de identidade. De certa forma, isso fez com que despertasse sobretudo nos mais, jovens novas ideologias, a fim de romper os modelos exigidos pela sociedade japonesa, resultando no surgimento de diversos grupos, os quais são intitulados de subculturas.

A década marcou o início da moda de rua no Japão, e a segunda metade da década de 1970 foi uma época em que os jovens renunciaram aos valores das gerações anteriores e adotaram uma postura de confronto com eles, defendendo novos estilos (ARTS AND CULTURE, 2017).

Apesar do surgimento de novas ideologias, a cultura nipônica ainda abriga em sua estética elementos particulares. Segundo o artigo de Clair e Ribeiro (2016), são elementos sutis e refinados, ligados ao zen budismo. Essa característica está relacionada ao conceito estético *wabi-sabi*, “*wabi-sabi* é uma beleza das coisas imperfeitas, impermanentes e incompletas, uma beleza das coisas modestas e simples, uma beleza das coisas não convencionais” (Apud KOREN, 1994, p. 7).

Como movimento artístico moderno forte ente os jovens, está a cultura dos mangás e animes, que são marcas registradas do país com suas características peculiares. Como todas as outras tradições que são mantidas, mesmo com a influência de países estrangeiros, a cultura dessas animações se mantem e ainda ultrapassam as barreiras oriental, se fazendo presente no mundo todo e reunido uma legião de fãs.

O termo mangá surgiu em 1814, nos hokusai mangá, que trazem caricaturas e ilustrações sobre a cultura japonesa. Já o mangá moderno tem influência dos cartuns ocidentais e de quadrinhos clássicos da Disney; e é basicamente uma criação de Osamu Tezuka, com Shin Takarajima (“A Nova Ilha do Tesouro”), de 1947 (GOTO, 2020).

## 4.2 ORIGEM DO STREETWEAR

Para dar início ao *streetwear*, se faz necessária uma viagem no tempo dentro da moda para entender em qual contexto ele surgiu. As mudanças de comportamento da sociedade que fizeram com que movimentos surgissem, foi uma das principais causas para o surgimento do *streetwear*.

Pollini (2018) destaca no livro Breve História da Moda, que por décadas a moda foi influenciada pela alta costura, mas após o fim da Segunda Guerra com a França possuindo escassos recursos, os Estados Unidos se beneficiou com tal situação,

criando a produção de roupa em maior escala, assim dando origem ao que depois seria conhecido de fato como *Prêt-à-porter* na França, após a apropriação deste novo recurso.

Anos mais tarde mesmo com o já surgimento do *Prêt-à-porter*, a Alta Costura se fazia forte. As roupas ainda eram formais e seguiam padrões que a sociedade impunha como modelo único, de modo a ser um reflexo do que se era declarado como ideologia (POLLINI, 2018).

“Um elemento se torna crucial para a definição da cultura e da moda na década: é o elemento jovem. A juventude se tornou então, modelo de comportamento, e teve independência e voz própria” (POLLINI, 2018). De acordo com Pollini, o papel do jovem foi de extrema importância para a sociedade naquele momento, pois durante os anos 50 com a crescente influência dos Estados Unidos no mundo, o jovem norte-americano passou a ter visibilidade e começou a fortalecer sua cultura na sociedade, ganhando espaço com suas manifestações de estilo e comportamento, considerados rebeldes. A partir deste momento, surgiram vários movimentos onde os jovens passaram a buscar suas próprias identidades, assim também refletindo pelo resto da sociedade. Como o surgimento do *rock and roll* e a desconstrução de padrões que por muitos anos estiveram enraizados na sociedade. A rebeldia dos cinemas foi para a vida, as calças jeans e as camisetas brancas que antes usadas como uniformes passaram a ser moda. E essa foi a primeira porta aberta para que os jovens pudessem dar passos adiante nas mudanças em todo o mundo, impactando não só a moda, mas também a sociedade para sempre.

Uma vez que dada ao jovem a voz para expressar sua identidade, essa nunca mais foi retirada. A moda e o estilo de vida do *streetwear* são provas desse poder conquistado, de modo que seu surgimento se deve a ruptura de uma corrente de valores considerados ultrapassados.

Uma década depois o mundo passou por fortes mudanças, tanto sociais quanto políticas, e que segundo Pollini ficou conhecida como “a década das revoluções”. Foi então que a moda de fato seguiu caminhos fora da Alta Costura, pois a partir dos anos 60 a rotatividade de mudanças aconteceu de maneira rápida, por influência de ideologias urbanas que iam surgindo, se manifestando e se impondo na sociedade, como o movimento do *rock and roll* e hippie, juntamente com a cultura da produção em grande escala.

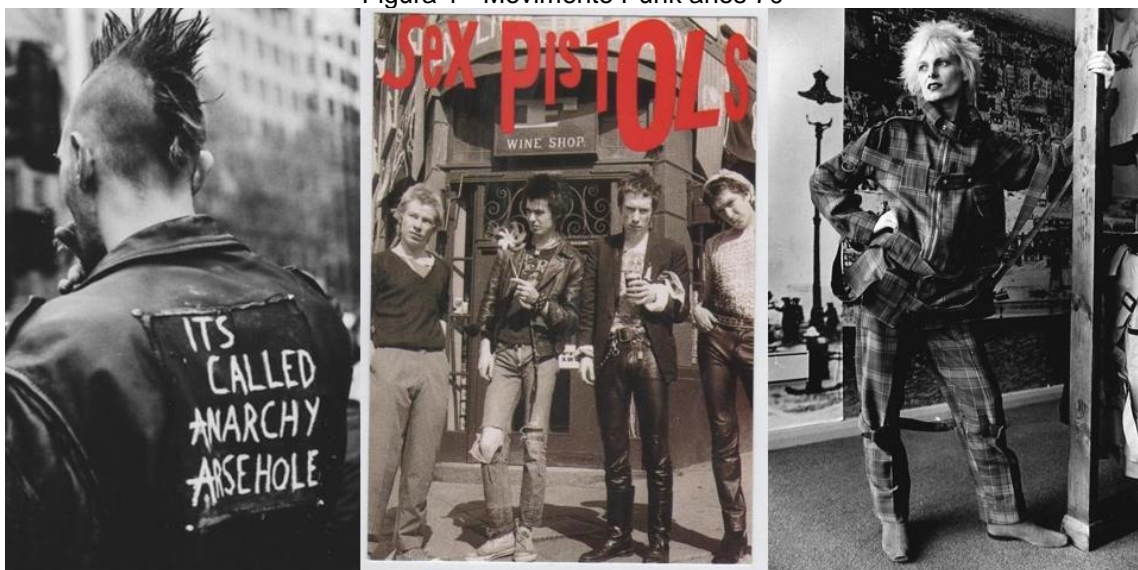
Nos E.U.A, ocorreram as manifestações contra a segregação racial lideradas por Martin Luther King, contra a Guerra do Vietnã e também o movimento feminista com Betty Friedman; na França, as manifestações estudantis de 1968, e no Brasil, os movimentos contra o regime militar, a partir de 1964. No campo sexual a pílula anticoncepcional mudou a maneira como as pessoas tratavam temas como sexo, família e relacionamento afetivo. A moda teria agora de levar em conta a cultura jovem e a cultura das ruas, deveria ser acessível e transmitir os valores da liberação sexual e de uma nova alegria de viver (POLLINI, 2018).

Diante de toda a revolução surge o *streetwear*, traduzindo para o português: moda de rua. O *streetwear* mais do que moda é um estilo de vida, que foi influenciado a partir da música, arte popular, ideologia, revoluções e por tendências da moda urbana.

Diferente de décadas passadas, o *streetwear* não nasceu em ateliês de Paris por influência da alta sociedade, mas sim nas ruas, em meio aos jovens e minorias. Movimentos como o Punk, Rappers, Grunge e Skatista foram base para o estilo *streetwear* que se conhece atualmente na moda. Se no passado todas essas subculturas andavam separadamente, hoje elas se misturam trazendo suas referências, passando a influenciar não só a moda de rua, mas também as passarelas.

Ecos da “rua” já haviam sido visíveis na alta moda ao longo das décadas de 1970 e 1980, mas, do início a meados da década de 1990, as coleções começaram a ficar repletas de referências a uma série eclética de subculturas do passado e do presente (MENDES; HAYE, 2009).

Figura 1 - Movimento Punk anos 70



Fonte: Compilação da autora<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Montagem a partir de imagens coletadas do Pinterest.

Figura 2 - Movimento Hip Hop anos 80 e 90



Fonte: Compilação da autora<sup>2</sup>.

Figura 3 - Movimento Grunge anos 90



Fonte: Compilação da autora<sup>3</sup>.

Apesar de não haver de modo confirmado a origem do *streetwear* que se conhece, o conceito mais popular sustentado é de que, ele surgiu a partir do estilo de vida de surfistas e skatistas dos anos 70 e 80 “O *streetwear* originalmente surgiu da união de subculturas, que de início englobavam surf e skate e posteriormente se mesclaram com os estilos musicais: punk, new wave e hip hop” (MEDICI, 2018), mas que segundo Hundreds, as origens do *streetwear* variam de acordo com a geografia, e também por períodos. Porém de modo geral, as características desse estilo não

<sup>2</sup> Montagem a partir de imagens coletadas do Pinterest.

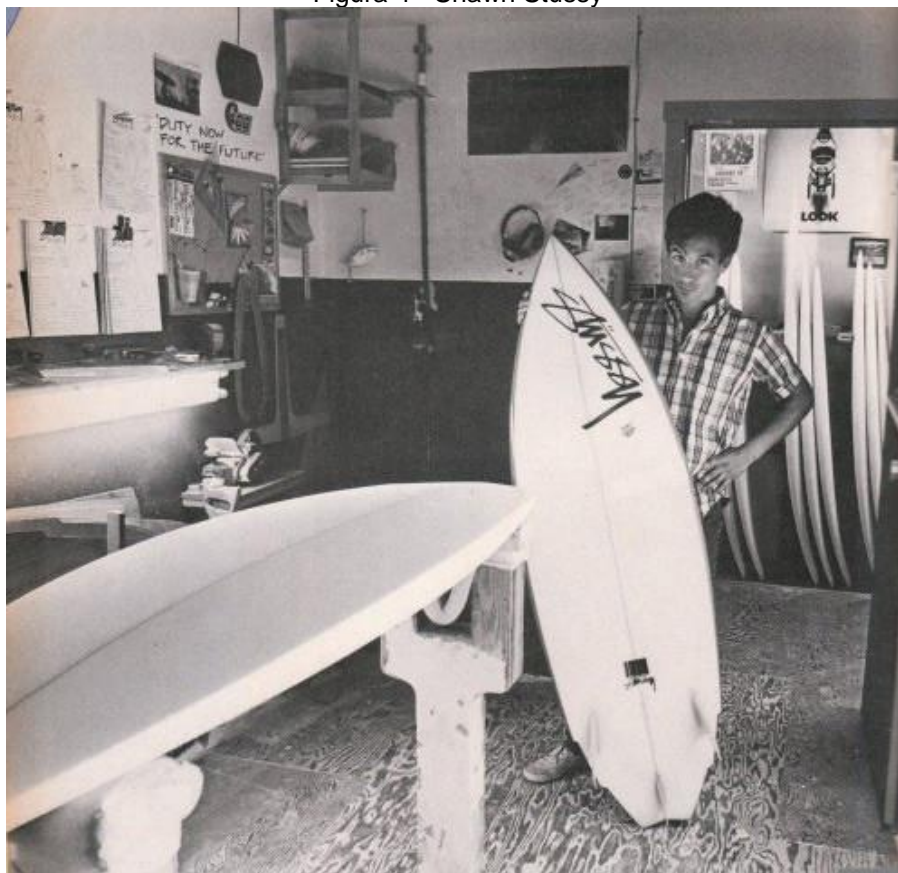
<sup>3</sup> Montagem a partir de imagens coletadas do Pinterest.

estão distantes do que se acompanha atualmente. Visuais despojados, autênticos e confortáveis, que ainda são reflexo de um estilo de vida despreocupado, expressando identidades e ideologias.

Primeiro, considere a localidade e depois a era. Crescendo no sul da Califórnia nos anos 90, minha impressão de *streetwear* envolvia roupas de trabalho de LA, skate e marcas de festas como X-Large, Fuct e Freshjive. Mas as raízes da costa oeste do *streetwear* estão ligadas à contracultura do surf dos anos 70 e 80. A maioria das autoridades aponta para o modelador de pranchas de surf Shawn Stussy como arquiteto de *streetwear* através de sua marca homônima (HUNDREDS, 2017).

No início do *streetwear* a marca que ficou conhecida por fundar esse movimento foi a Stussy. Fundada por Shawn Stussy, que inicialmente fabricava pranchas artesanais e as vendia com o seu sobrenome, com o logotipo da marca feito a partir da assinatura de seu tio escrita em caneta marcador. Logo depois passou a vender também camisetas, bermudas e bonés, todos com a logotipo da Stussy. A marca fortaleceu o conceito do *streetwear*, com a ideia da personalização, exclusividade e o DIY (*Do it yourself*) que trazem identidade. A Stussy atualmente ainda permanece forte no mercado, trabalhando em colaborações com outras grandes marcas e marcas de luxo como a Dior, assim expandindo e fazendo com que o conceito do *streetwear* cresça cada vez mais.

Figura 4 - Shawn Stussy



Fonte: Medici (2018).

Durante os anos 90 artistas de áreas diversas surgiram reforçando o movimento do *streetwear*, fazendo com que o conceito ultrapassasse a moda e de fato se estabelecesse como um estilo de vida.

A primeira geração do movimento rolou mais como uma forma de experimentação, na qual jovens artistas, como Keith Haring, músicos, como o DJ japonês, Hiroshi Fujiwara, e donos de marcas, como Shawn Stussy e Rick Klotz, da Freshjive, usavam como plataforma para expressar suas ideias. Foi na segunda geração (de 1990 a 2000) do *streetwear* que as coisas começaram a mudar (MEDICI, 2018).

Apesar de grandes marcas do *streetwear* como SUPREME, 10 Deep, ALIFE (do Estados Unidos), BAPE, UNDERCOVER e NEIGHBORHOOD (do Japão), surgirem durante os anos 1990, a definição de *streetwear* ainda não era utilizada como o conceito de moda urbana até a década, passando a ser conhecido a partir dos anos 2000.

Segundo o site CPP Luxury Business of Luxury, a cultura jovem do *streetwear* que antes era conhecida como roupas de marginais, se torna cada vez mais forte, e que o *streetwear* não é apenas uma tendência passageira, mas sim um movimento que chegou para ficar, podendo não ser tão impactante nas próximas décadas como é atualmente, mas ainda se fazendo presente. Esse poder crescente pode ser percebido começando pelo mercado de luxo, que passou a aderir ao estilo *streetwear* em suas coleções, além das colaborações com marcas do cenário.

Figura 5 - Streetwear atual



Fonte: Compilação da autora<sup>4</sup>.

### 4.3 STREETWEAR NO JAPÃO

A intervenção dos Estados Unidos sob o país ultrapassou as áreas militares e políticas. A cultura japonesa antes intocável enfrentou alterações quando hábitos,

---

<sup>4</sup> Montagem a partir de imagens coletadas do Pinterest.

ideologias e produtos externos passaram a influenciar a população nipônica, sobretudo os mais jovens, gerando um extremo choque cultural.

A área próxima à Estação Harajuku, que recebeu o mesmo nome desta, está localizada em Tóquio, no Bairro de Shibuya. É uma região famosa entre os jovens japoneses, sendo reflexo perfeito em questões estéticas do impacto da cultura exterior sobre o Japão. Em Harajuku é onde se teve o início do movimento *streetwear* no Japão. Local onde se deram os primeiros passos de novas culturas jovens, que tinham como ideologia contrapor a moda tradicional e, se expressarem livremente, se tornando também referências para o mundo da moda.

Especificamente, o bairro de Harajuku é frequentemente citado como o berço do *streetwear* como o conhecemos, com uma rica história da moda que atinge o pico durante os anos de formação de Hiroshi Fujiwara, o BIGE, NEIGHBORHOOD, UNDERCOVER do NIGO no final dos anos 80 (SILBERT, 2019).

Em Harajuku e seus becos paralelos como Urahara, é onde se concentra uma grande área de comércio voltado para o público jovem, como lojas e grandes marcas que fazem sucesso entre este. O centro principal de Harajuku serve também de “passarela” e, onde são apresentadas as formas de expressão de diversas subculturas. Sendo a maior referência da cultura jovem japonesa, em Harajuku encontram-se pontos de artistas de diversas áreas, como do *design* e artes plásticas que expressam através de seus trabalhos a cultura jovem, se tornando um local de manifestação.

O *streetwear* do Japão é diferente de tudo que se vê na moda ocidental. Inicialmente tendo como inspiração a cultura ocidental, muitas lojas passaram a disseminar através de seus produtos, referências de moda e do estilo de vida ocidental à população jovem nipônica. Fazendo com que se despertasse o interesse sobre esse novo mundo, ativando um novo olhar e novas formas de expressão.

Algumas lojas inspiraram-se no Ocidente, atraindo seu interesse recém-descoberto da América ou do Reino Unido e importando o vestuário esportivo que encontraram de subculturas de hip-hop e punk. Muitos dizem que lojas como A Store Robot ou Vintage King foram as origens definitivas dos Urahara movimento cultural. Essas lojas deram origem a uma nova visão sobre culturas e ideais estrangeiros, com conteúdo suficiente para despertar mais criatividade (PIANTONE, 2018).

A moda de Harajuku é famosa por suas cores, acessórios e uma diversificação de estilos e características marcantes. Algumas das subculturas que surgiram no centro de Harajuku, são de estilos extravagantes e diversos como Kawaii, Cyberpunk Lolita e Gothic Lolita. Com uma moda confrontadora do tradicional, esses movimentos são repletos de informações, dos tons neons á pasteis, além do dark e características futurísticas.

Figura 6 - Estilos de Harajuku



Fonte: Compilação da autora<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Montagem a partir de imagens coletadas do Pinterest.

## 5 PRINCIPAIS ESTILISTAS JAPONESES

Os estilistas japoneses se tornaram grandes influências para as novas gerações de criadores e marcas no mundo todo. Segundo o livro *Japanese Fashion Designers: The Work And Influence Of Issey Miyake, Yohji Yamamoto And Rei Kawakubo*, o que trazem em comum é a possibilidade de unir arte e moda, conceito e comercial, sem abrir mão de seus pensamentos e visões sobre o mundo. Três dos maiores nomes da indústria da moda, que revolucionaram o mercado com criações além do que o ocidente esperava e compreendia são: Issey Miyake, Rei Kawakubo e Yohji Yamamoto.

Estes surgiram e se fortaleceram juntos no mundo da moda ocidental, fazendo com que cada vez mais os conceitos de suas marcas fossem reforçados dentro dessa indústria. Sem pretensão de constituírem marcas com conceitos semelhantes, estes criadores somente se viram interligados por suas origens, pensamentos e ideais, oferecendo à moda uma pluralidade de compreensão. Segundo Woods (1996) “Nos anos 80, os estilistas japoneses trouxeram um novo tipo de criatividade; trouxeram algo que a Europa não possuía. Houve um efeito de choque, mas provavelmente ajudou os europeus a acordar com um novo valor.

Figura 7 - Issey Miyake, Rei Kawakubo e Yamamoto



Fonte: Compilação da autora<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Montagem a partir de imagens coletadas do Pinterest.

O que esses *designers* trouxeram em comum para a moda nos anos 1980, foram as cores mais sóbrias e suas silhuetas. Estas passaram a ser afrouxadas e mais simples. Peças sem muitos detalhes e mais minimalista, assemelhando-se ao estilo Zen, sendo utilizadas tanto por homens quanto mulheres, reforçando o movimento andrógino da época. Trabalhados em conceito de antimoda, esses estilistas tornaram-se atemporais, sendo capazes de alcançar público a cada nova geração, mantendo vivo por décadas o mesmo ideal para seus trabalhos.

Figura 8 - Criações anos 80 Issey Miyake, Rei Kawakubo e Yohji Yamamoto



Fonte: Compilação da autora<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Montagem a partir de imagens coletadas do Pinterest.

Figura 9 - Moda ocidental anos 80



Fonte: Compilação da autora<sup>8</sup>.

As diferenças de culturas e costumes entre ocidente e oriente, é um dos principais fatores por trás do sucesso das grandes marcas japonesas, o que faz com que surja oportunidades de criações, estilos e conceitos novos e diferentes do que o comum no ocidente. Grande parte do público que consome a moda do mercado japonês, são pessoas que se identificam com o que é novo, diferente, e acima de tudo compreendem a visão e o ideal que a marca busca transmitir através de suas criações.

## 5.1 ISSEY MIYAKE

Issey Miyake foi quem abriu o caminho para que grandes nomes de estilistas japoneses ganhassem espaço na moda ocidental. E não somente os estilistas japoneses, mas também para toda uma geração de criadores vanguardistas que se inspiraram e tiveram Issey Miyake como influência.

Miyake nasceu na cidade de Hiroshima no Japão em 1938. Se formou na *Tama Art University* em Tóquio como *design* gráfico em 1965. Se mudou para Paris e estudou costura na *École de la Chambre Syndicale de la Couture*. Ingressou no ramo da moda como aprendiz do estilista francês Guy Laroche em 1966, e em 1968 contribuiu como aprendiz na Givenchy.

---

<sup>8</sup> Montagem a partir de imagens coletadas do Pinterest.

Em 1970 Miyake retornou a Tóquio e fundou a Miyake Design Studio. Em Nova Iorque na loja de departamentos Bloomingdale's Miyake teve uma pequena parte de sua coleção a venda, a qual era composta por camisetas com desenhos japoneses e casacos com bordados de *Sashiko* (técnica de costura japonesa usada em roupas para reforço ou conserto durante o período Edo). A revista Vogue também teve acesso a algumas amostras do *design* de Miyake através de um amigo do mesmo. Em 1973 retornou a Paris, e em 1975 inaugurou sua primeira loja na cidade.

Issey Miyake trouxe para o ocidente uma ideia de moda totalmente diferenciada do que as pessoas estavam familiarizadas. A silhueta reta e mais afastada do corpo, grandes casacos, novas formas, cortes e texturas, são elementos tem grande parte da atenção de suas criações.

Quando comecei a trabalhar no Japão, tive que enfrentar o culto excessivo do povo japonês por mercadorias estrangeiras e a ideia fixa do que roupa deveria ser. Eu queria mudar a fórmula rígida de vestuário que os japoneses seguiram (MIYAKE, 1983).

Totalmente disposto a trazer um novo conceito e usar de suas diferenças culturais como aliadas nesse processo, Miyake revolucionou toda a estética imposta pela moda quando surgiu e fez com que muitos outros nomes o acompanhassem por esse caminho inovador. "Eu não crio uma estética da moda ... eu crio um estilo baseado na vida" (MENDES; HAYE, 2009).

Figura 10 - Criações Issey Miyake



Fonte: Compilação da autora<sup>9</sup>.

## 5.2 REI KAWAKUBO

Diretora criativa e fundadora da marca de luxo *Comme des Garçons*, cofundadora da *Dover Street Market*, loja de multimarcas fundada juntamente com seu marido. Nascida em Tóquio, Japão, Kawakubo se formou em arte e literatura na *Keio University*. Iniciou sua carreira na área da moda em uma empresa têxtil. Depois trabalhou como estilista freelance paralelamente com as vendas de suas criações. Em 1969 lançou então a sua marca, *Comme des Garçons* em Tóquio.

Apesar de não ser formada propriamente em *design* de moda, é considerada uma das pessoas mais revolucionárias do mercado. Seu sucesso não apenas como *designer*, mas também como empresária, que através da *Dover Street Market* traz o seu olhar e visão inovadores para o departamento de varejo, com a junção de marcas de luxo e marcas jovens de grandes talentos mas que antes desconhecidas.

---

<sup>9</sup> Montagem a partir de imagens coletadas do Pinterest e Google.

Juntamente de seu marido Adrian Joffe, trazem um novo conceito de multimarca. Através da loja proporcionam as pessoas uma experiência além do consumo, mas que também possam explorar, conhecer e sentir. Assim Rei intitula a *Dover Street Market* como “*beautiful caos*”

Na *Comme des Garçons* traz o conceito de despadronização juntamente com a ideia de criar o que ainda é inexistente. Nos anos 80 Rei apresentou seu trabalho em Paris, e a aceitação por parte do público foi devida a expressão de seu olhar diferente e totalmente além do seu tempo.

Suas criações refletem sua personalidade e estilo, com o seu título de “antimoda”, o qual recebeu por seguir o seu ritmo, totalmente na contramão da moda que se conhece. De acordo com entrevista cedida a cantora islandesa Björk (2019) via e-mail, Rei declara que embora tenha nascido e sido criada no Japão, nunca se inspirou conscientemente em seu país de origem, e quando questionada sobre seu processo de criação, afirmou que não relaciona a roupa à uma pessoa, ou pensa em como determinada peça vestiria em um corpo. Com seu olhar vanguardista procura se desprender de qualquer coisa que a limite quanto a suas criações.

Figura 11 - Criações Rei Kawakubo



Fonte: Compilação da autora<sup>10</sup>.

### 5.3 Yohji Yamamoto

---

<sup>10</sup> Montagem a partir de imagens coletadas do Pinterest e site Rikumo.

Yohji Yamamoto sempre teve seu nome atrelado a antimoda, juntamente com Issey Miyake e Rei Kawakubo.

Nasceu em 1943 em Tóquio, Japão. Se formou em Direito na *Keio University* em 1966, e depois em 1969 se formou na *Bunka Fashion College*. Yamamoto fundou a *Y's Company* em 1972, e em 1981 deu início a sua carreira em Paris. Em seus 48 anos de carreira recebeu prêmios por suas contribuições com a moda. Seu trabalho em colaborações com diversas marcas, artistas e projetos fez com que ganhasse notoriedade nos mais diferentes públicos, assim apresentando e reforçando o conceito de suas criações.

Yamamoto tinha suas peças utilizadas em diversas combinações e de diferentes formas, além de suas coleções masculinas serem vestidas por mulheres, mostrando a versatilidade de seu trabalho e assim concretizando o propósito que possuía para suas criações.

[..] E mais e mais mulheres estão comprando as roupas dos meus homens. Está acontecendo em todos os lugares, e não apenas com minhas roupas. A roupa masculina é mais pura em design. É mais simples e não tem decoração. As mulheres querem isso. Quando comecei a desenhar, queria fazer roupas masculinas para mulheres. Mas não havia compradores para isso. Agora estão aí. Eu sempre me pergunto quem decidiu que deveria haver uma diferença nas roupas de homens e mulheres. Talvez os homens tenham decidido isso (DUKA, 1983)

Suas coleções inovadoras são em sua maioria compostas por muitas peças na cor preta (sua cor favorita), e que se tornaram características da Y's. O conceito de suas criações apresenta assimetria, linhas simples, sobreposições e texturas do próprio tecido.

O conceito de Yamamoto é atemporal e transcende as barreiras de gêneros, fugindo de tendências e desconstruindo padrões. De certo modo, apresenta uma necessidade de consumo muito menos imediatista, transformando a velocidade da mesma mais lenta, atribuindo peças que sejam muito mais duradouras tanto em qualidade quanto em essência.

Figura 12 - Criações Yohji Yamamoto



Fonte: Compilação da autora<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> Montagem a partir de imagens coletadas do Pinterest e Google.

## 6 CRIAÇÃO DA MARCA

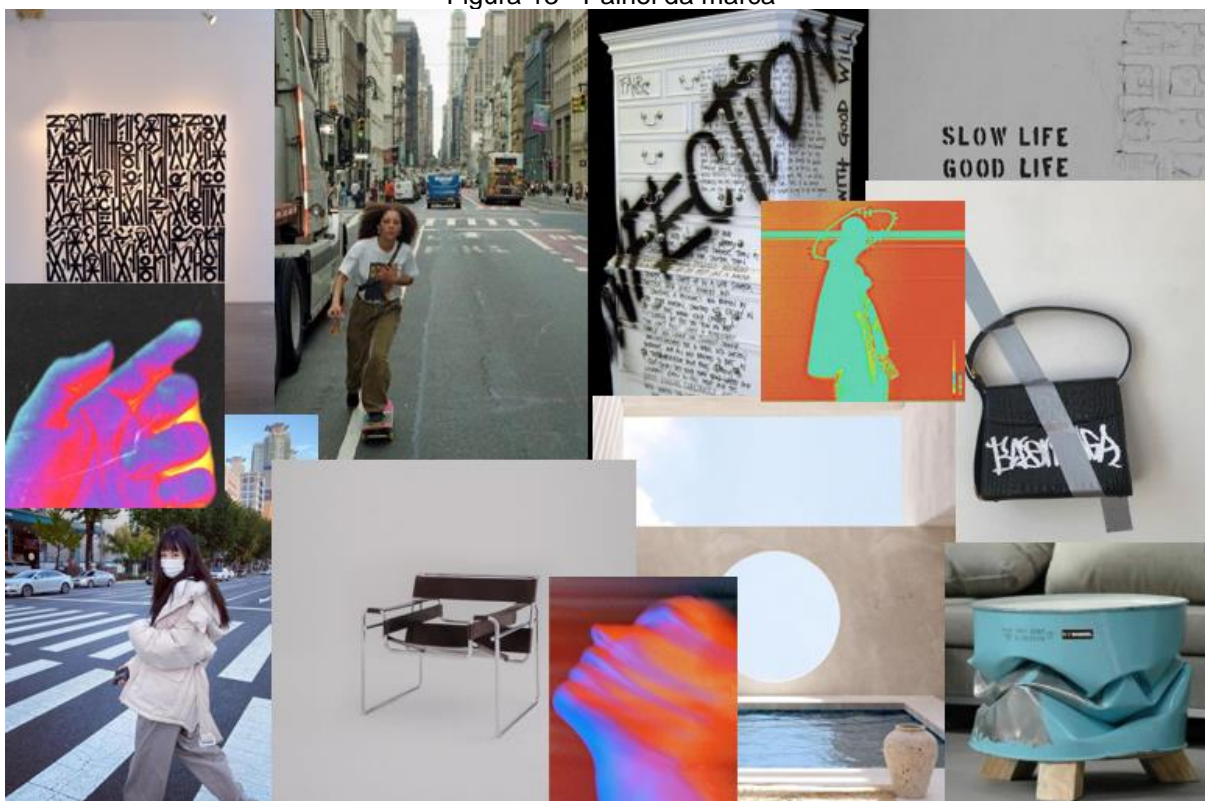
De acordo com Treptow (2013) “[...] marca representa o significado que um produto possui para uma pessoa, e isso inclui seu nome, a apresentação gráfica (logomarca) e as emoções associadas pelas pessoas ao produto”. Uma marca apresenta mais do que um produto, ela apresenta seus valores.

*Heatwave*, traduzido do inglês significa “onda de calor”, palavra escolhida para nomeação da marca, que traz em si o conceito e propósito desta.

Quando se fala em onda de calor, logo se relaciona a transmissão da temperatura. Segundo as Definições de *Oxford Languages*, um dos significados da palavra onda se dá como “força impetuosa; agitação, movimento intenso.” e calor como “forma de energia que se transfere de um sistema para outro graças à diferença de temperatura entre eles.”. Assim como o seu nome, a marca busca ser uma transmissora (onda) de suas ideais (calor), para que essas venham ser meios de mudança no consumo de moda. A *Heatwave* tem como propósito trazer ao público-alvo uma visão além da moda na sua forma apenas estética, mas também de estimular um olhar questionador e de significados a partir desta. É fazer com que a moda seja a porta de entrada para a percepção de um mundo de exploração e conhecimento. Assim proporcionando ao consumidor o vestir-se de si e de significados, da maneira que melhor se sentir independente de fatores externos. O se conhecer e se respeitar, a fim de que não haja necessidade de vestir-se tomando como base avaliações alheias.

O propósito da marca será transmitido através de peças com *design* jovem, a partir do *streetwear*, transitando entre o clássico e o moderno, criando a possibilidade de brincar e fazer releitura de *designs* tradicionais, assim construindo uma nova roupagem.

Figura 13 - Painel da marca



Fonte: Compilação da autora<sup>12</sup>.

## 6.1 IDENTIDADE VISUAL

A identidade visual da marca é como ela apresenta sua identidade ao público. Por meio da identidade visual de uma marca é possível identificar qual o público ela quer comunicar e desta forma criar uma conexão com este.

Para a marca foi desenvolvido logotipo utilizando somente a fonte “Bebas Neue”, em fundo sóbrio na cor cinza claro, que trazem em si a estética moderna e minimalista, assim resultando na identidade jovem, exclusiva e elegante da marca.

<sup>12</sup> Montagem a partir de imagens de autoria própria e coletadas do Pinterest e Instagram.

Figura 14 – Logotipo



Fonte: Autoria própria.

A etiqueta fantasia, etiqueta de composição e a tag foram criadas mantendo a estética minimalista, trazendo em si apenas o logotipo da marca.

Figura 15 - Etiqueta fantasia



Fonte: Autoria própria.

Figura 16 - Etiqueta de composição



Fonte: Autoria própria.

Figura 17 - Tag



Fonte: Autoria própria.

Para as embalagens serão utilizados dois tipos. A primeira a proteger a peça conta com um saco *Zip Lock* transparente, com o logotipo da marca escrito sobre uma faixa preta.

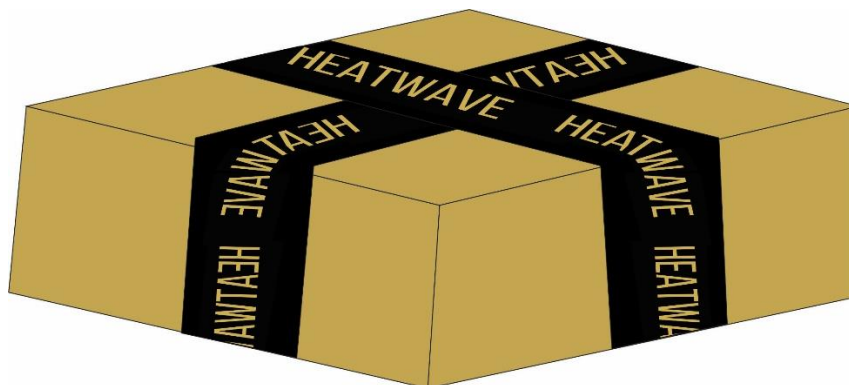
Figura 18 – Embalagem Zip Lock



Fonte: Autoria própria.

Para a embalagem final seguindo a linha urbana, esta será uma caixa lacrada com fita adesiva preta com recortes vazados com o nome da marca.

Figura 19 – Embalagem caixa



Fonte: Autoria própria.

## 7 DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO

De acordo com Treptow (2013), o estudo do público-alvo é essencial para que uma empresa conquiste seu consumidor e compradores, pois a partir desta pesquisa é possível entender as necessidades e desejos do público, a fim de que se desenvolva produtos que os satisfaçam e concentrem nesses um marketing eficiente.

Dentre os critérios de segmentação, estão presentes os geográficos, demográficos, psicográficos e comportamentais. Porém no mercado atual, questões como renda, faixa etária, região onde habita são relativos.

Se até o final dos anos 1970 o entendimento do consumo dava-se principalmente em termos de uma segmentação do mercado realizada a partir de categorias sociodemográficas - classe social, renda, faixa etária, etc. – constatou-se, nos anos 1980, que elas não eram mais suficientes para explicar determinados comportamentos (CALDAS, 2004, p. 59).

Isso mostra que para alcançar o consumidor vai além de oferecer algo baseado no físico, uma vez que esses venham ser motivados pelo propósito da empresa, a fim de que o público-alvo se enxergue nela, se conecte e se torne uma extensão desta.

Assim se faz necessário mais do que o oferecer ao público-alvo o que ele quer, mas também comunicar de forma genuína e concreta, pois mais do que vender, é necessário estabelecer um relacionamento que inspire, oferecendo não apenas o produto, mas também o seu “porquê” (SINEK, 2018).

De acordo com Steve Jobs “As pessoas não sabem o que querem até você mostrar a elas”. Esta frase torna possível a compreensão de que nem sempre o público-alvo estará “visível” ou facilitará na segmentação do mercado. Por isso ter estabelecido em mente o propósito da empresa, fará com que haja a motivação necessária a fim de se conquistar um público-alvo partindo do zero, despertando nele novos desejos.

### 7.1 RESULTADOS DA PESQUISA

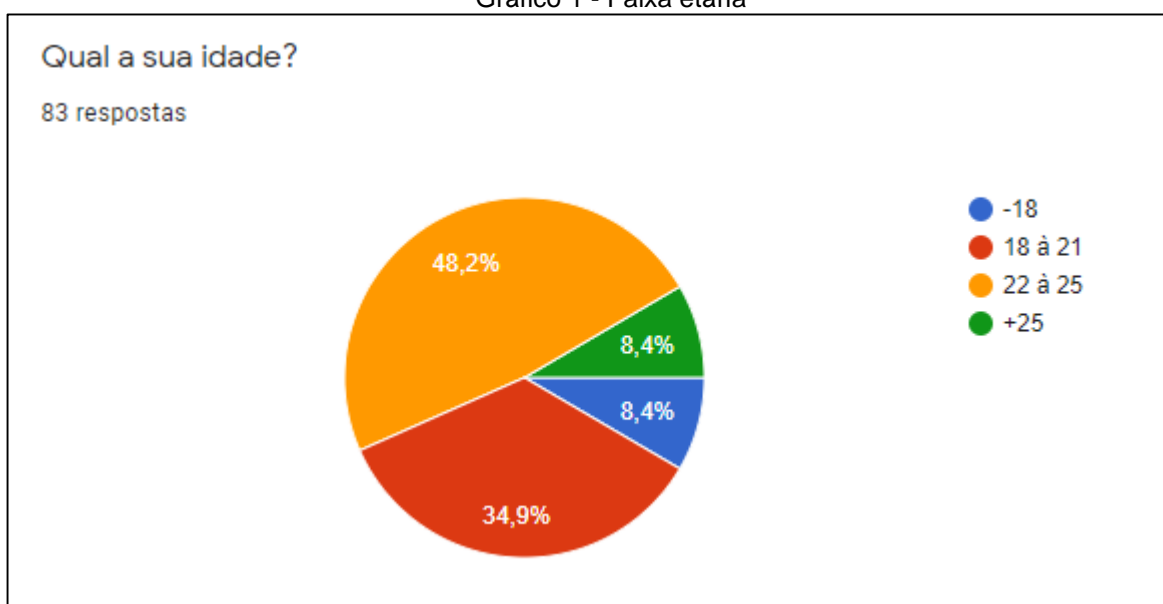
Por meio do questionário quantitativo aplicado através da plataforma Google Forms, no dia 02 de junho e finalizado no dia 07 de julho, foram obtidas 83 respostas. A partir dos dados demográficos, foi possível analisar informações como faixa etária

e gênero, além observar a identificação e aceitação do público-alvo com o produto e, também a relação do público com a moda.

## 7.2 DADOS DEMOGRÁFICOS E IDENTIFICAÇÃO DO PÚBLICO COM O PRODUTO

A pesquisa a seguir, consiste na apresentação de dados demográficos e, dados que permitem apontar a identificação do público-alvo com o produto. Além, de abordar a forma de comportamento do público em relação à moda. Nos questionários de dados demográficos foram identificados faixa etária e gênero. Nas pesquisas de identificação do público-alvo, foi possível obter a aceitação do público com o tema proposto.

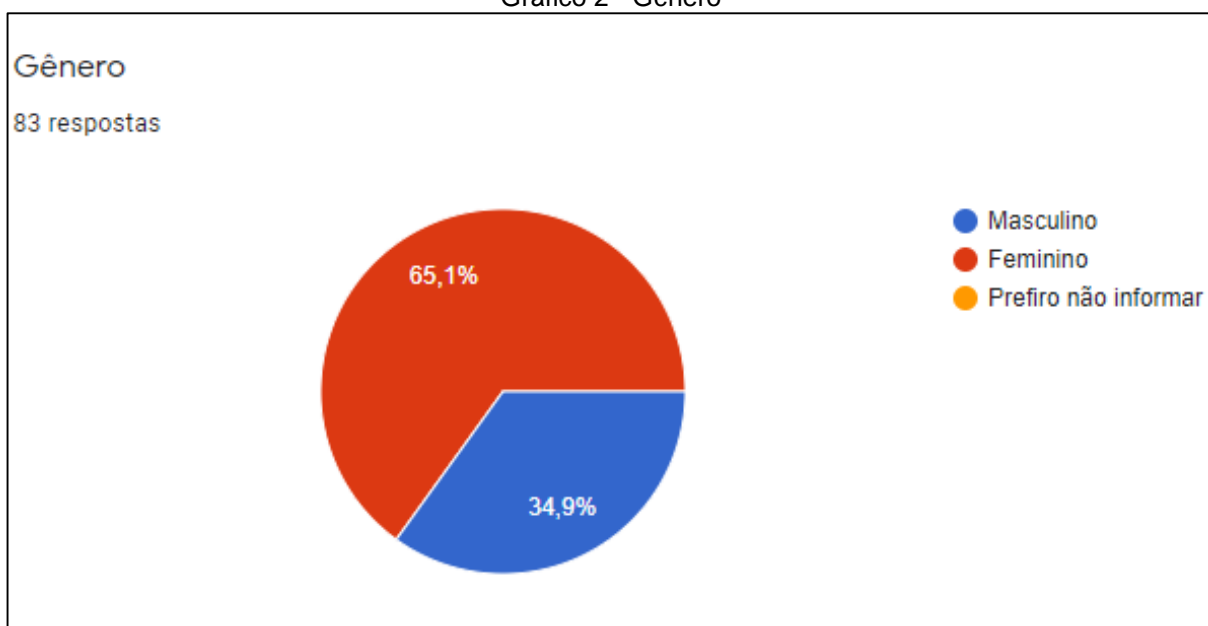
Gráfico 1 - Faixa etária



Fonte: Autoria própria.

A partir das 83 respostas obtidas, foi possível identificar que a faixa etária predominante pertence ao grupo de jovens de 22 à 25 anos, sendo um total de 48,2% dos jovens que se incluem nesta faixa, seguido de 34,9% para a faixa 18 à 21 anos, 8,4% com menos de 18 anos e 8,4% com mais de 25 anos.

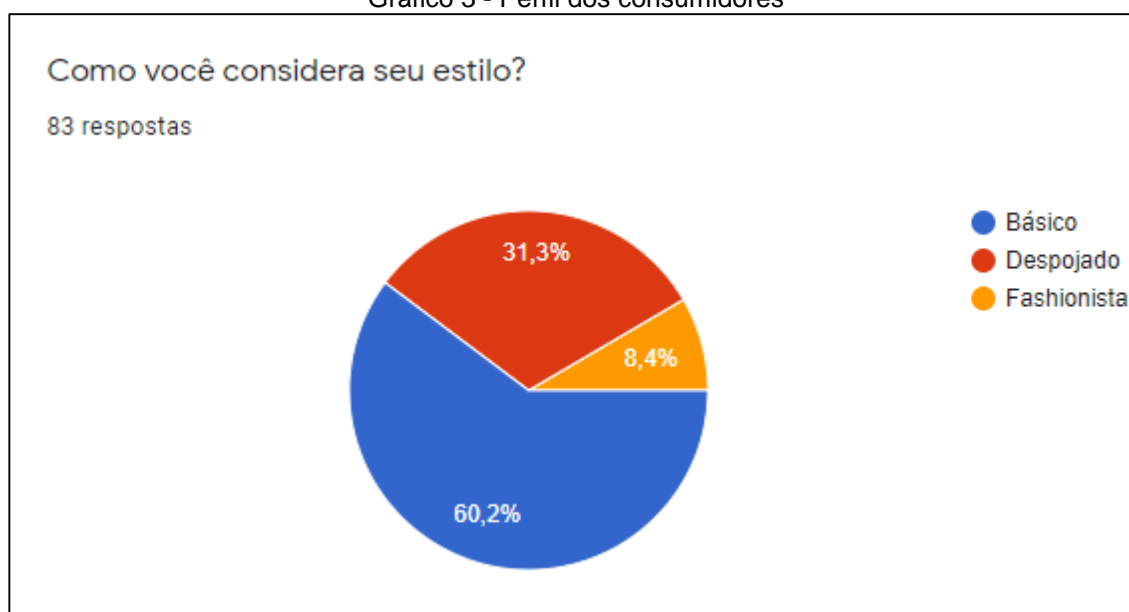
Gráfico 2 - Gênero



Fonte: Autoria própria.

Através dos dados coletados relacionados ao gênero, foi possível observar o sexo feminino com 65,1% e, o sexo masculino com 34,9%.

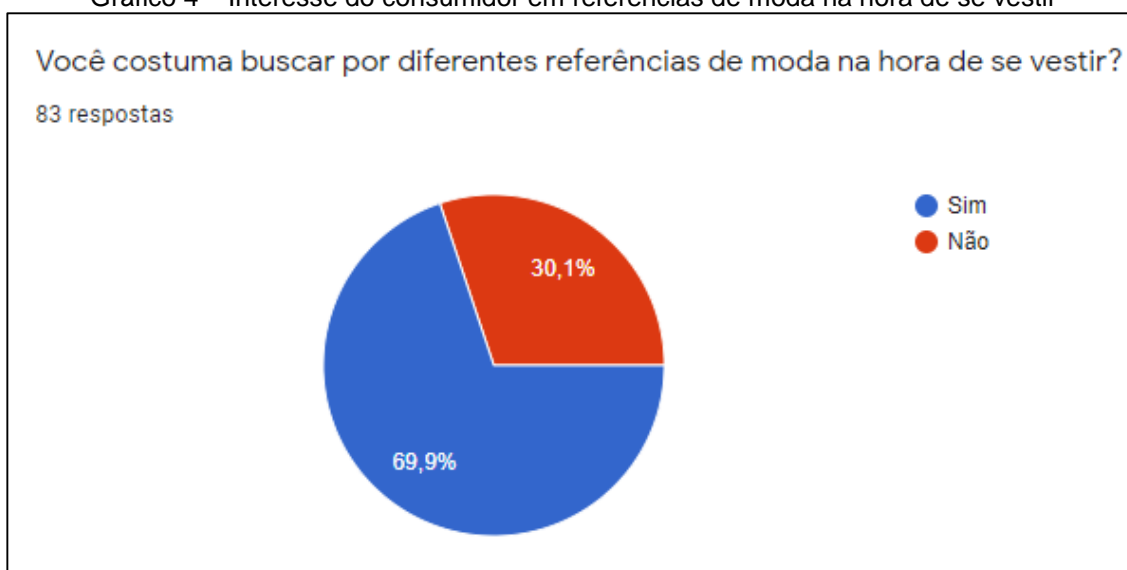
Gráfico 3 - Perfil dos consumidores



Fonte: Autoria própria.

Com relação ao próprio estilo, 60,2% dos jovens consideram seu estilo como básico, 31,3% despojado e 8,4% fashionista.

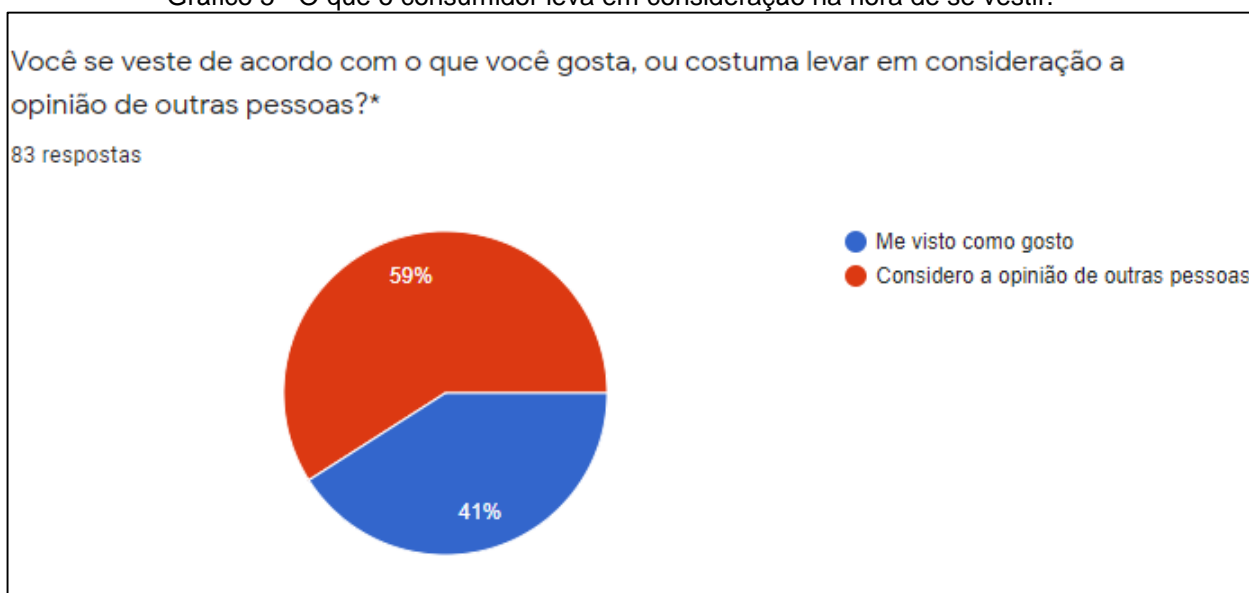
Gráfico 4 – Interesse do consumidor em referencias de moda na hora de se vestir



Fonte: Autoria própria.

Em relação a pergunta sobre, o interesse do consumidor em buscar referencias de moda na hora de se vestir, 69,9% revelaram que buscam por referências e, 30,1% revelaram que não.

Gráfico 5 - O que o consumidor leva em consideração na hora de se vestir.



Fonte: Autoria própria.

Com relação as opiniões que os consumidores consideram na hora de se vestir, 59% afirmaram que levam em consideração a opinião de outras pessoas e, 41% dos jovens se vestem da maneira que gostam.

Gráfico 6 - Como consumir se identifica com o próprio estilo.



Fonte: Autoria própria.

Quando questionados se consideram que a maneira com que se vestem condiz com quem realmente são, 62,7% revelaram que sim e, 37,3% revelaram que não.

Gráfico 7 - Aceitação do consumidor a coleção



Fonte: Autoria própria.

Ao serem questionados se usariam roupas no estilo *streetwear*, inspiradas na moda tradicional japonesa 61,4% usariam, 25,3% responderam que talvez usariam e 13,3% não usariam.

A partir das respostas obtidas pelo questionário, foi possível observar que os jovens buscam por referências de moda na hora de se vestir, e que teriam interesse no produto oferecido pela coleção, mas por fim optam por seguirem um modo mais básico de se vestir. Este resultado reforça a necessidade que esses têm de expressarem suas identidades, e evidencia o motivo que os impossibilita, este sendo a importância a opiniões externas.

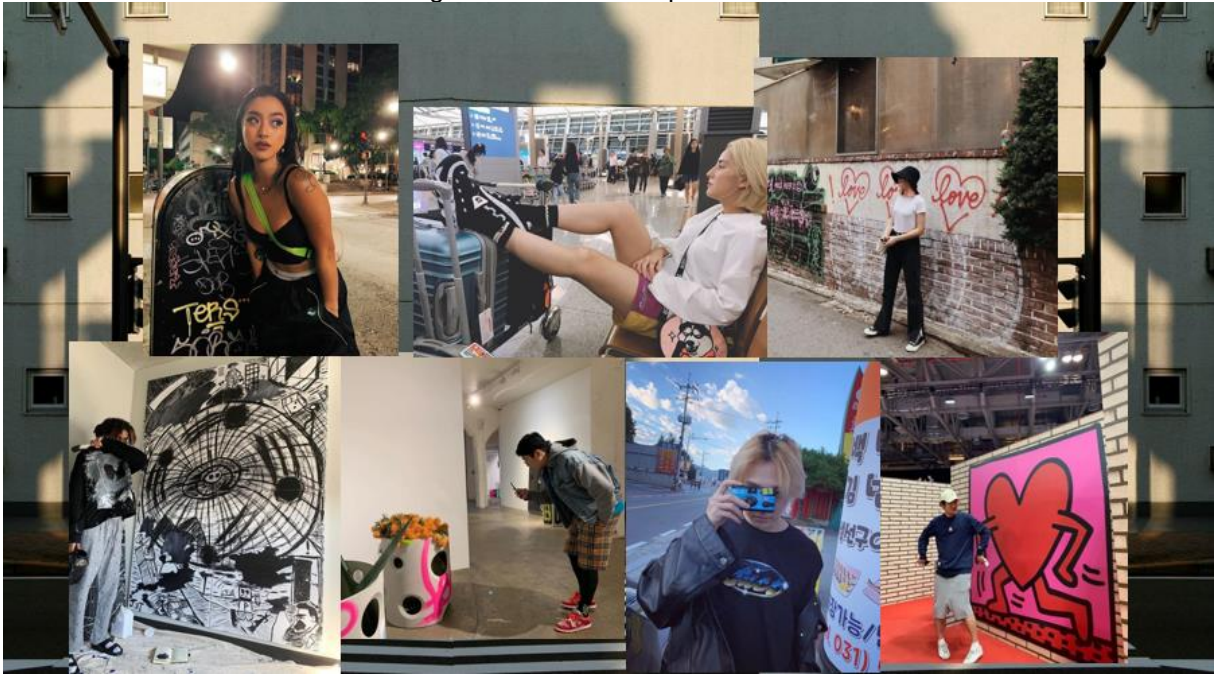
### **7.3 DEFINIÇÃO DE PÚBLICO-ALVO**

O público-alvo da coleção são jovens de ambos os sexos, de 18 a 25 anos. Estão inseridos no núcleo geracional dos Linker People. Os super conectados e exploradores. Buscam por novas experiências. Apreciam a vida urbana e tudo o que ela pode oferecer de inspiração, como arte, música e fotografia. Frequentam exposições, gostam de viajar e conhecer lugares diferentes. São movidos pela identidade e sentem a necessidade se expressarem através da moda, mesmo que em algumas circunstâncias sintam bloqueio para isso. Se colocam no mundo através do virtual, onde suas vidas são potencializadas.

### **7.4 PAINEL DE PÚBLICO-ALVO**

O painel a seguir contém informações visuais do público-alvo, assim auxiliando na visualização e entendimento do *lifestyle* deste.

Figura 20 – Painel do público-alvo



Fonte: Compilação da autora<sup>13</sup>.

<sup>13</sup> Montagem a partir de imagens coletadas do Pinterest e Instagram.

## 8 PROCESSO CRIATIVO

Este capítulo apresentará o desenvolvimento da coleção e, informações sobre painel semântico, definição de cartelas de cores, tecidos, linhas, formas e estampas.

### 8.1 CARTELA DE CORES

A cartela de cores é essencial para o desenvolvimento da coleção, pois nela se carrega a essência coleção.

Para esta coleção, a cartela de cores foi composta a partir do painel de inspiração, de onde foram extraídas as cores que predominavam. Estes foram, o azul petróleo retirado da tampa de bueiro, o cinza chumbo do asfalto, o cinza claro do fundo das imagens, o marrom do desenho na tampa do bueiro, o bege da arquitetura e dos chapéus e o vermelho da representação da bandeira do Japão, além das cores preto e branco.

Figura 21 – Painel semântico da coleção



Fonte: Compilação da autora<sup>14</sup>

<sup>14</sup> Montagem a partir de imagens coletadas do Pinterest.

Figura 22 – Cartela de cores da coleção



Fonte: Compilação da autora<sup>15</sup>.

## 8.2 TECIDOS

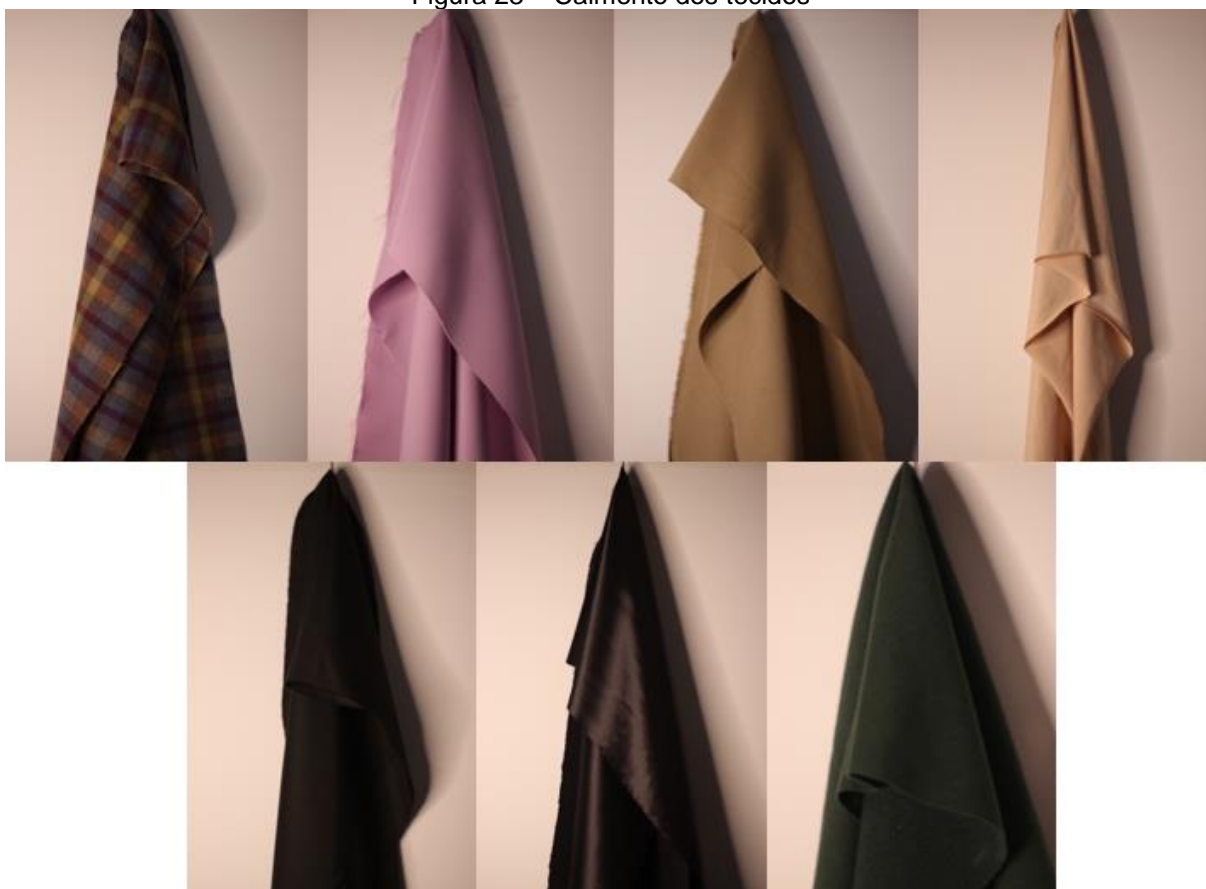
De acordo com Treptow (2013) “A escolha de tecidos para uma coleção não depende apenas da preferência estética do designer. Deve-se considerar a adequação do tecido ao artigo que se pretende produzir”. A escolha dos tecidos é uma das etapas mais importantes para uma coleção, pois são estes que oferecem estrutura, caimento e conforto necessários.

Os tecidos para a coleção, foram escolhidos com base no conceito inverno desta, assim requerendo um caimento pesado e mais firme. A partir disto, foi selecionado um mix entre tecidos nobres e mais comuns, a fim de trazer um *design* jovem ao mesmo tempo que sofisticado. Assim foram escolhidos: lãzinha por ser um tecido quente, de caimento firme e aparência elegante, lãzinha gabardine trazendo presença de alfaiataria, brim pesado, nylon, lycra e moletinho, por serem tecidos mais urbanos e presentes na cultura jovem. Para os forros foram escolhidos cetim e nylon, a fim de proporcionar bom acabamento e conforto na usabilidade da peça.

---

<sup>15</sup> Montagem a partir de imagens do Google.

Figura 23 – Caimento dos tecidos



Fonte: Autoria própria.

Os tecidos se encontram na seguinte posição da esquerda para a direita: Lãzinha, Lãzinha Gabardine, Brim Pesado, Lycra, Nylon, Cetim e Moletinho

### 8.3 AVIAMENTOS

Para esta coleção os aviamentos utilizados serão: Fio de elástico de regulagem e elástico presente em algumas calças e jaqueta, botões de pressão presente em jaquetas e casacos, ilhós utilizados em casacos e calças, zíperes e botões.

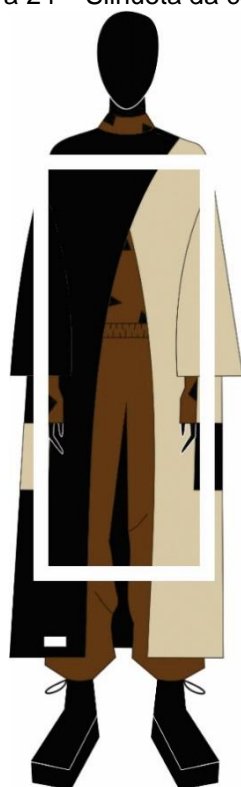
### 8.4 LINHAS E SILHUETAS

Para as peças de uma coleção “conversarem” entre si, é necessário que seja definido as linhas e silhuetas desta. As linhas oferecem a coleção flexibilidade ou rigidez, de acordo com sua disposição (TREPTOW, 2013). As silhuetas são

representadas através de letras maiúsculas como H, I, Y, T, X, O e A. A silhueta se dá de acordo com o volume oferecido pela peça (TREPTOW, 2013).

Para esta coleção, as linhas e silhuetas trabalhadas foram determinadas a partir da análise do tema e painel semântico, de onde definiu-se que seria utilizada a silhueta em H, que atribui distância ente a peça e o corpo, sofisticação, modernidade e minimalismo inspirados pela cultura tradicional japonesa. O *oversized* presente em toda a coleção também faz referência a moda *streetwear*, trazendo conforto e aparência despojada. As linhas e recortes geométricos foram inspirados no *design* e arquitetura japonesa abordados no painel semântico.

Figura 24 – Silhueta da coleção



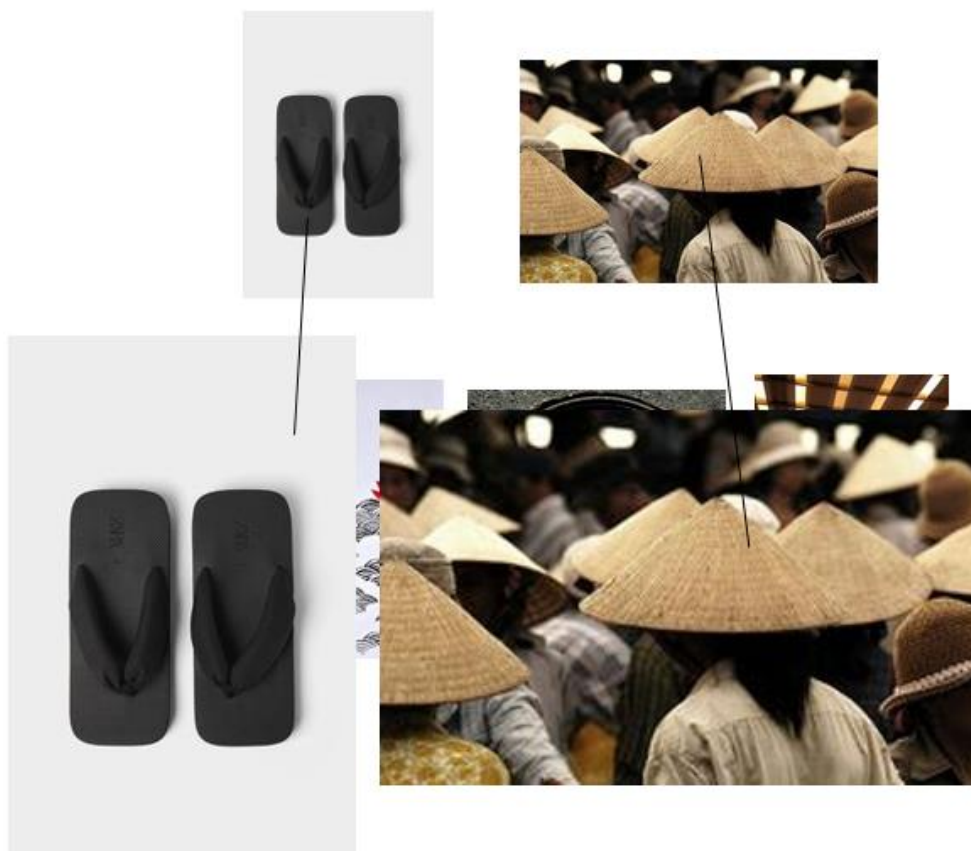
Fonte: Autoria própria.

## 8.5 ELEMENTOS DE ESTILO

Os elementos de estilo em uma coleção são elementos que se repetem ao longo da coleção, trazendo unidade e visual e ligação entre as peças (TREPTOW, 2013).

Os elementos de estilo apresentados foram retirados a partir do painel semântico da coleção. Estes são: Recortes triangulares presentes em mangas de blusas, jaquetas e calça, e também gola alta e bolsos retangulares.

Figura 25 – Elementos de estilo



Fonte: Compilação da autora<sup>16</sup>.

## 8.6 CROQUIS

Os desenhos de moda auxiliam na visualização dos looks e nas composições feitas entre as peças (TREPTOW, 2013).

Neste capítulo será apresentada a coleção finalizada por meio de 20 croquis, e 17 protótipos com ficha técnica. Os looks fazem parte da coleção Outono/Inverno 2021.

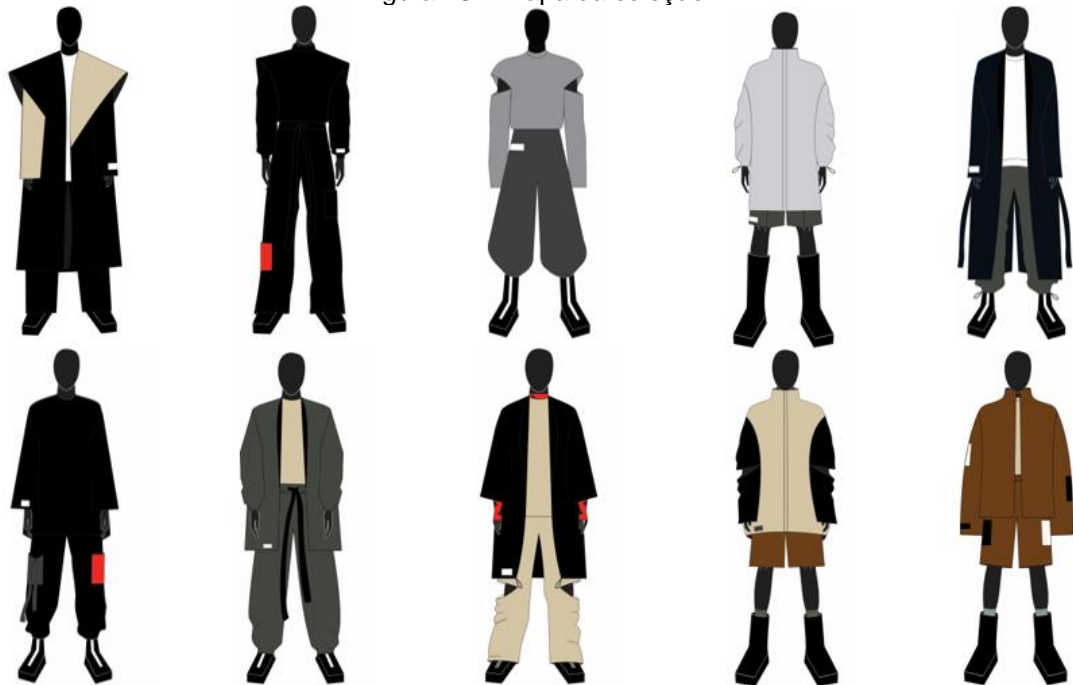
---

<sup>16</sup> Montagem a partir de imagens do Pinterest.

## 8.7 MAPA DA COLEÇÃO

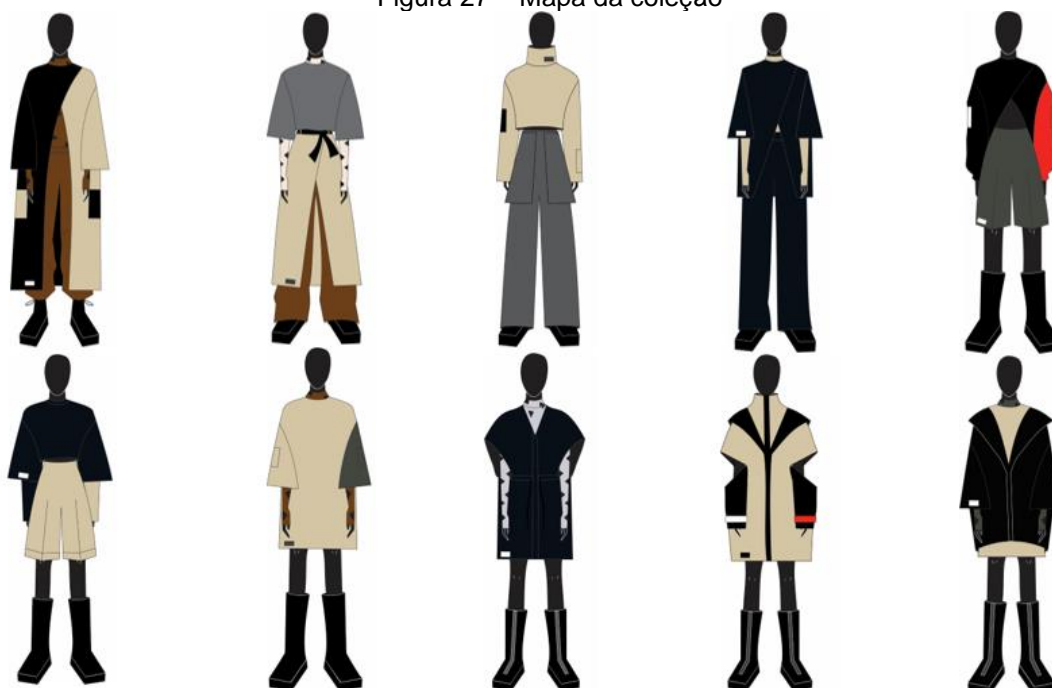
A coleção reúne peças básicas e *fashion*, porém sendo em sua maioria peças vanguardas. Transitam entre comprimento longo como calças e casacos, e curto como bermudas, casacos, vestido e camiseta. As mangas em sua maioria são compridas e largas. Ao todo são: 5 casacos; 3 sobretudos; 2 jaquetas; 11 calças; 7 moletons; 4 camisetas; 3 *croppeds*; 1 casaqueto; 5 bermudas; 6 blusas segunda pele; 1 saia; 1 vestido.

Figura 26 – Mapa da coleção



Fonte: Autoria própria.

Figura 27 – Mapa da coleção



Fonte: Autoria própria.

## 8.8 FICHA TÉCNICA

A ficha técnica é essencial para o desenvolvimento da peça, sendo essa composta pelo desenho técnico, informações de costura e tecidos (TREPTOW, 2013). Está sendo responsável por auxiliar na modelagem e montagem da peça.

Para a coleção foi executada fichas contendo a descrição da peça, desenho técnico da frente e costas com anotações, amostra de tecido, quantidade e valor de insumos, sequência operacional, observações e referência da peça.

As fichas técnicas elaboradas para esta coleção são compostas pelo desenho técnico da frente e costas das peças com informações sobre esta, amostra de tecido, observações, quantidade e valor de insumos, sequência operacional e referência da peça. Estas serão apresentadas no apêndice B. Abaixo informações do modelo de referência presente nas fichas.

Figura 28 – Demonstração de referência

**STREET WAVE 2020 CALÇA 1 = SW20-CA1**

Fonte: Autoria própria.

## **9 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A partir deste projeto concluiu-se que é possível desenvolver uma coleção que traga além do vestir, significados e reflexões ao consumidor, impactando não somente na visão sobre a moda, mas também sobre como a forma de se vestir vai além de regras e padrões e, assim estando aberto a vestir-se do que o faz bem.

Cada etapa do projeto foi totalmente pensada a fim de impactar e despertar o consumidor, para que se no interior deste fosse provocado apenas um novo pensamento e uma nova reflexão, então este projeto estaria concluído com sucesso.

Desta forma a coleção se manteve integra ao propósito deste projeto em cada processo. Está se fez autêntica e com significados proporcionando uma roupa para comunicar e fazer sentir.

## REFERÊNCIAS

ARTS AND CULTURE. **Tokyo street fashion and culture: 1980-2017**, 2017. Disponível em: <https://artsandculture.google.com/exhibit/ogKCPmGdPtB7lw>. Acesso em: 24 set. 2020.

BÔAS, E. V. O Conceito de belo na estética grega. **Audaces**, 2015. Disponível em: <https://www.audaces.com/o-conceito-de-belo-na-estetica-grega/>. Acesso em: 12 set. 2020.

BJÖRK BR. **Uma conversa entre Rei Kawakubo e Björk**, 2019. Disponível em: <http://www.bjork.com.br/2019/10/uma-conversa-entre-rei-kawakubo-e-bjork.html>. Acesso em: 3 set. 2020.

CALDAS, D. **Observatório de Sinais: Teoria e prática da pesquisa de tendências**. São Paulo: E-odes, 2004.

CARDOSO, C. **O que são macrotendência e microtendência**, 2020. Disponível em: <https://criscardoso.com/o-que-sao-macrotendencia-e-microtendencia/#:~:text=estudo%20das%20macrotend%C3%AAscias.-,Macrotend%C3%AAscias,por%20um%20per%C3%ADodo%20mais%20longo.> Acesso em: 27 ago. 2020.

CLAIR, E. S.; RIBEIRO, J. Wabi-Sabi, a arte da imperfeição: estética japonesa e alteridade cultural. **Poiésis**, n. 28, p. 205-218, 2016.

CUNHA, A. C.; **Design de Moda e Metodologia para Desenvolvimento de Produto**, 2016. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/moda/monografias/Ana%20Caroline.pdf>. Acesso em: 15 out. 2020

DUKA, J. Yohji Yamamoto defines his fashion fashion philosophy. **The New York Times**, 1983. Disponível em: <https://www.nytimes.com/1983/10/23/style/yohji-yamamoto-defines-his-fashion-fashion-philosophy.html>. Acesso em: 16 ago. 2020.

ECO, U. **História da beleza**. Rio de Janeiro: Record, 2010.

FAIRCHILD, H. P. **Moda**. Dictionary of sociology. Littlefeld, 1964.

FLICKR. Fruits magazine. **Pinterest**. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/111393790753889993/>. Acesso em: 20 set. 2020.

FORTUNI, T. **Desing de moda**: ferramentas para criar produtos de moda, 2015.

GOTO, M. Quando surgiram os primeiros mangás e animes? **Mundo Estranho**, 2011. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/quando-surgiram-os-primeiros-mangas-e-animes/>. Acesso em: 20 ago. 2020.

HUNDREDS, B. It's not about clothes: Bobby hundreds explains why streetwear is a culture, not just product. **Complex**, 2017. Disponível em: <https://www.complex.com/style/2017/02/what-is-streetwear-by-bobby-hundreds>. Acesso em: 14 ago. 2020.

LAMOGLIA, A. F. (04 de 2017). A moda como elemento de distinção e imitação na contemporaneidade. **Revista Espaço Acadêmico**, 2017. Disponível em: <http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/download/32957/18931/#:~:text=A%20moda%20est%C3%A1%20intimamente%20ligada,e%20a%20necessidade%20de%20imitar>. Acesso em: 10 out 2020

LAVIER, J. **A roupa e a moda uma história concisa**. São Paulo: Schwarcz Ltda, 2011.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009.

MEDICI, C. Afinal, o que é streetwear? **Streetwear Brasil**, 2018. Disponível em: <https://streetwearbr.com/2018/07/afinal-o-que-e-streetwear.html>. Acesso em: 15 set. 2020.

MENDES, V.; HAYE, A. D. **A moda do século XX**. São Paulo: Wmf Martins Fontes, 2009.

MIYAKE, I. **Issey Miyake Bodyworks**. Japão: Shogakkan, 1983.

PATRICIA. Cultura japonesa em sua essência. **Bagagem de memórias**, 2018. Disponível: <https://www.bagagemdememorias.com/cultura-japonesa-em-sua-essencia/>. Acesso em: 20 set. 2020.

PIANTONE, A. A Signature Story – Urahara, the Japanese pioneers and the birth of Streetwear. **Collateral**, 2018. Disponível em: <https://www.collateral.al/en/urahara-japanese-streewear/>. Acesso em: 16 ago. 2020.

PINTEREST. Neira Neira. **Pinterest**. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/528821181228487908/>. Acesso em: 12 set. 2020.

Pizzani, L.; Silva, R.; Bello, S.; Hayashi, M. A arte da pesquisa bibliográfica na busca do Conhecimento. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, 2012. Disponível em:

[https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/download/1896/pdf\\_28/#:~:text=Entende%2Dse%20por%20pesquisa%20bibliogr%C3%A1fica,da%20Internet%20entre%20outras%20fontes](https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/download/1896/pdf_28/#:~:text=Entende%2Dse%20por%20pesquisa%20bibliogr%C3%A1fica,da%20Internet%20entre%20outras%20fontes). Acesso em: 05 jun. 2020

POLLINI, D. **Breve história da moda**. São Paulo: Nova Alexandria, 2018.

SILBERT, J. HYPEBEAST Japan's Guide to Harajuku's Best Independent Retailers. **Hypebeast**, 2019. Disponível em: <https://hypebeast.com/2019/7/harajuku-japan-eight-best-independent-retailers-stores-boutiques-list>. Acesso em: 12 jun. 2020.

SINEK, S. **Comece Pelo Porquê**. Rio de Janeiro: Sextante, 2018.

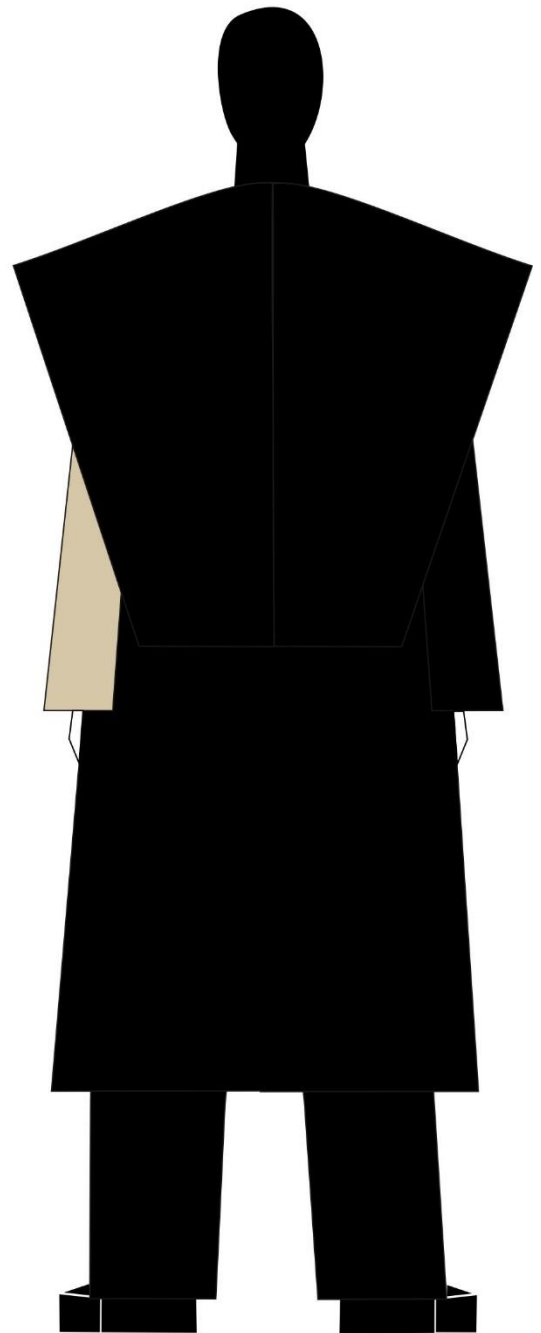
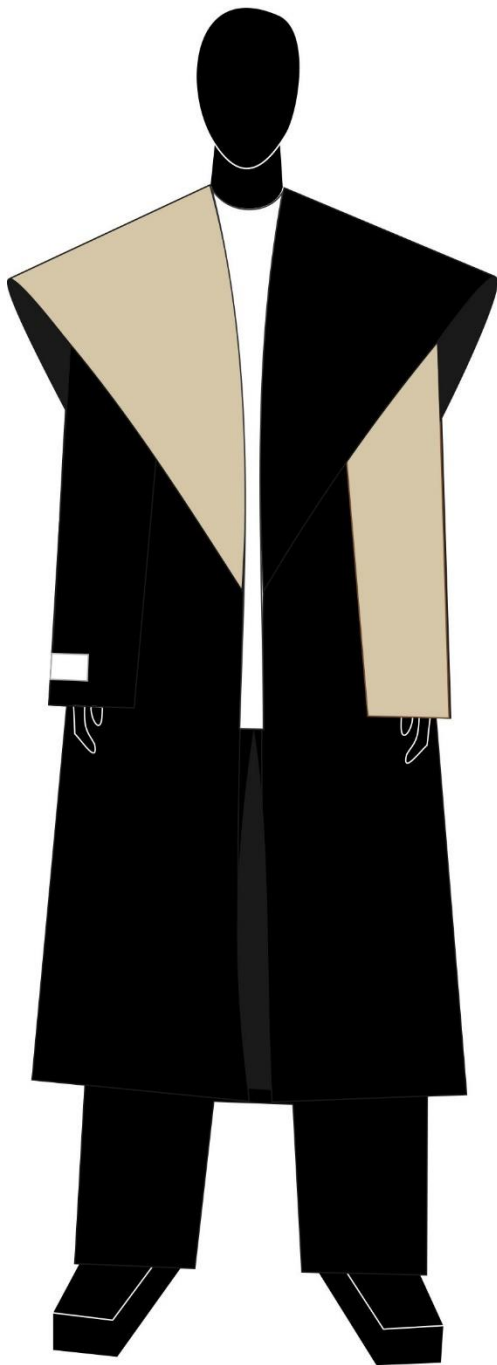
TREPTOW, D. **Inventando moda: planejamento de coleção**. Rio de Janeiro: Doris Treptow, 2013.

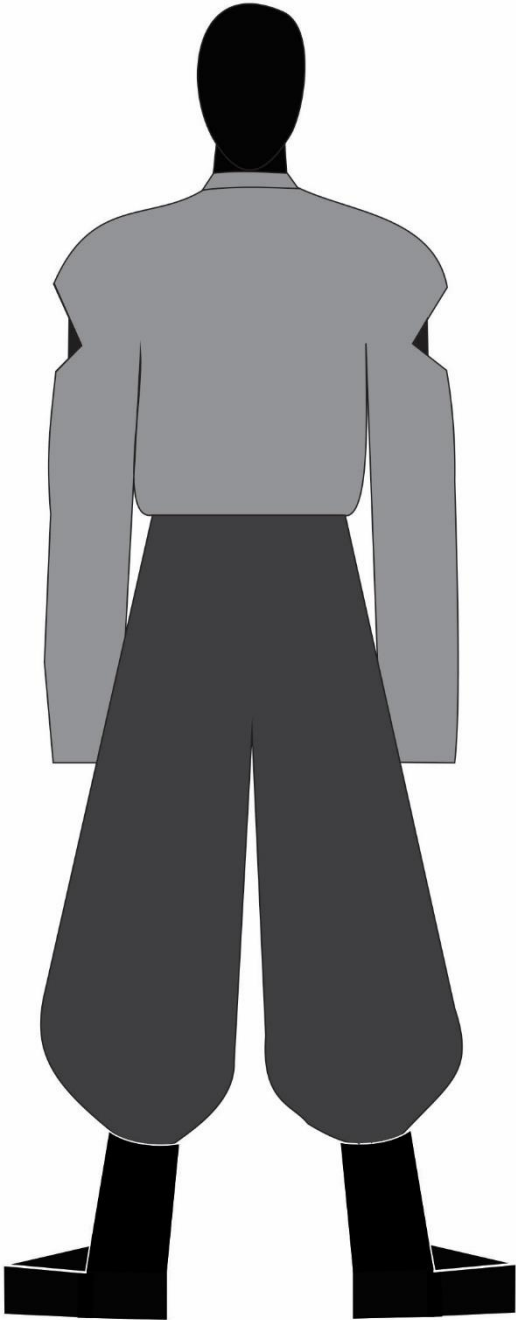
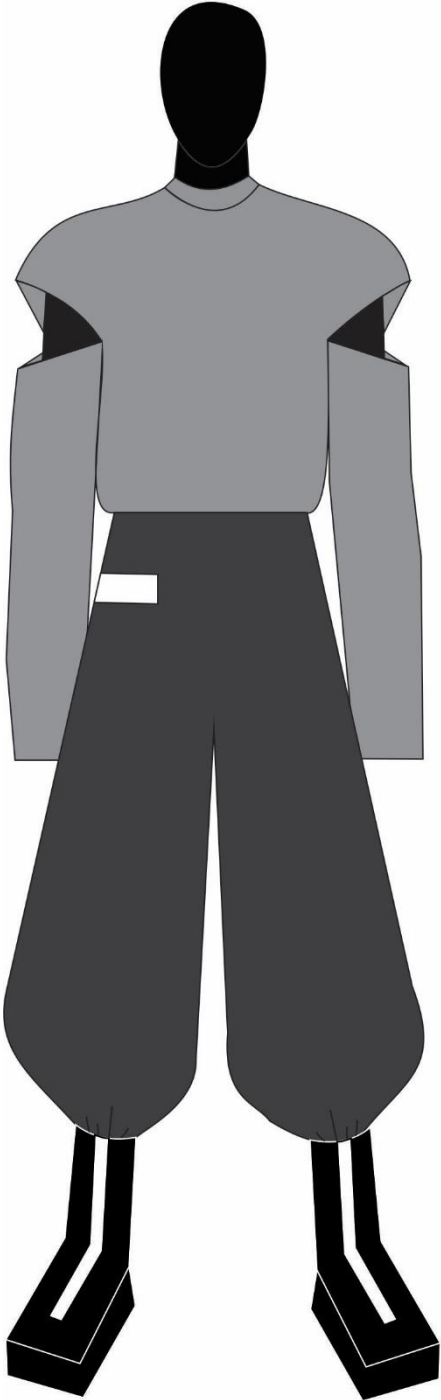
TREVISAN, C. China supera o Japão e já é 2ª economia global. **Economia e Negócios**, 2010. Disponível: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,china-supera-o-japao-e-ja-e-a-2-economia-global,596011>. Acesso em: 18 jul. 2020.

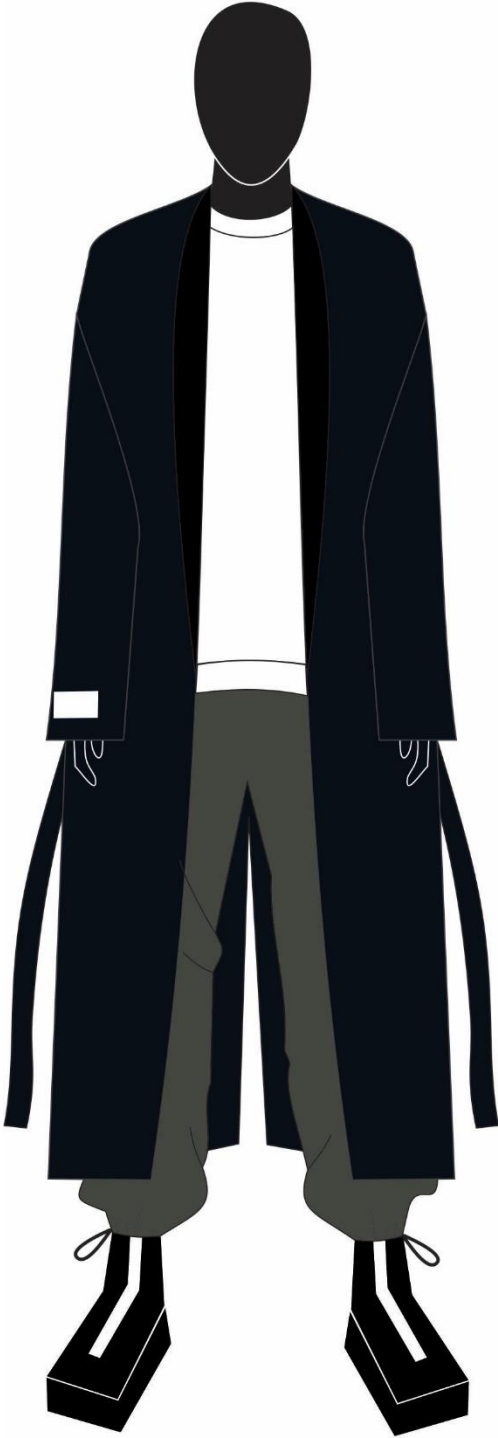
VIEIRA, P. **Poder a alta performance: o manual prático para reprogramar seus hábitos e promover mudanças profundas em sua vida**. São Paulo: Gente, 2017.

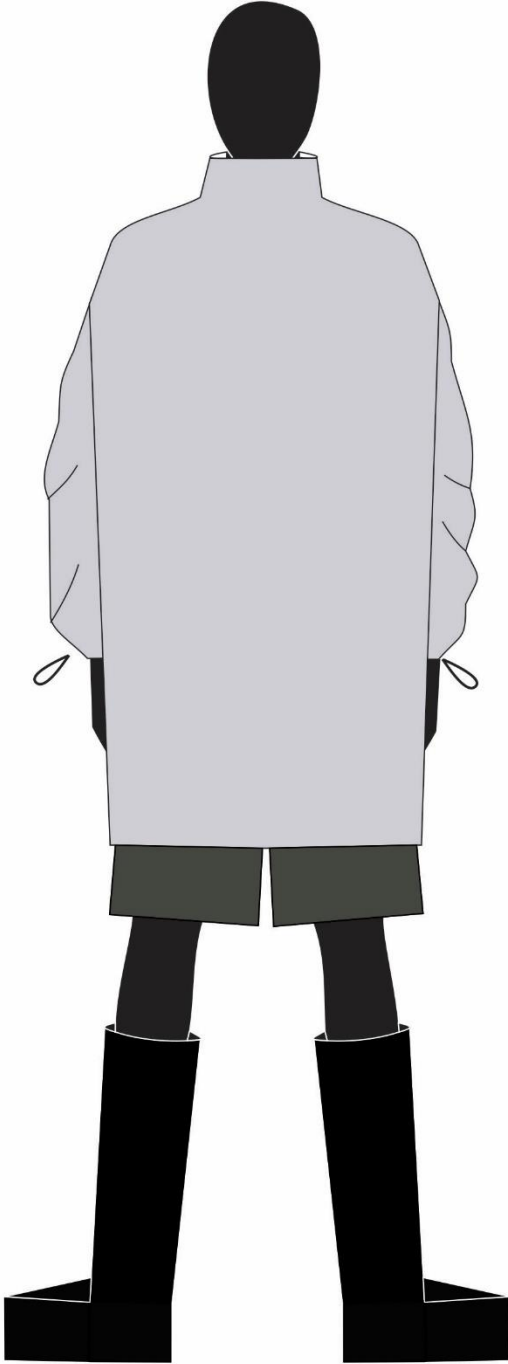
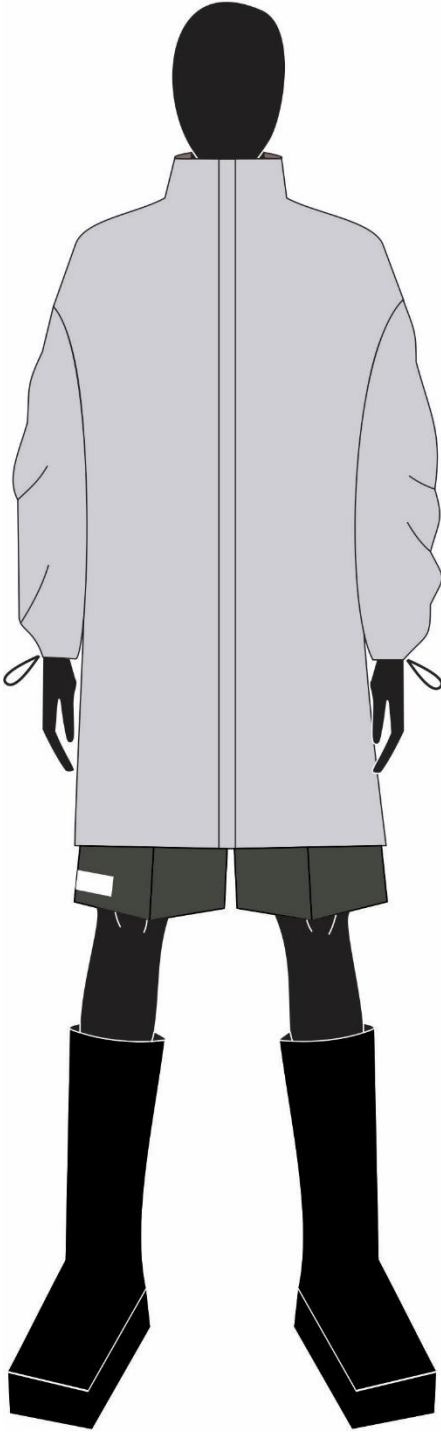
WOOD'S, D. Miyake's Lust For Life. **Women's Wear Daily**, n. 32, 1996.

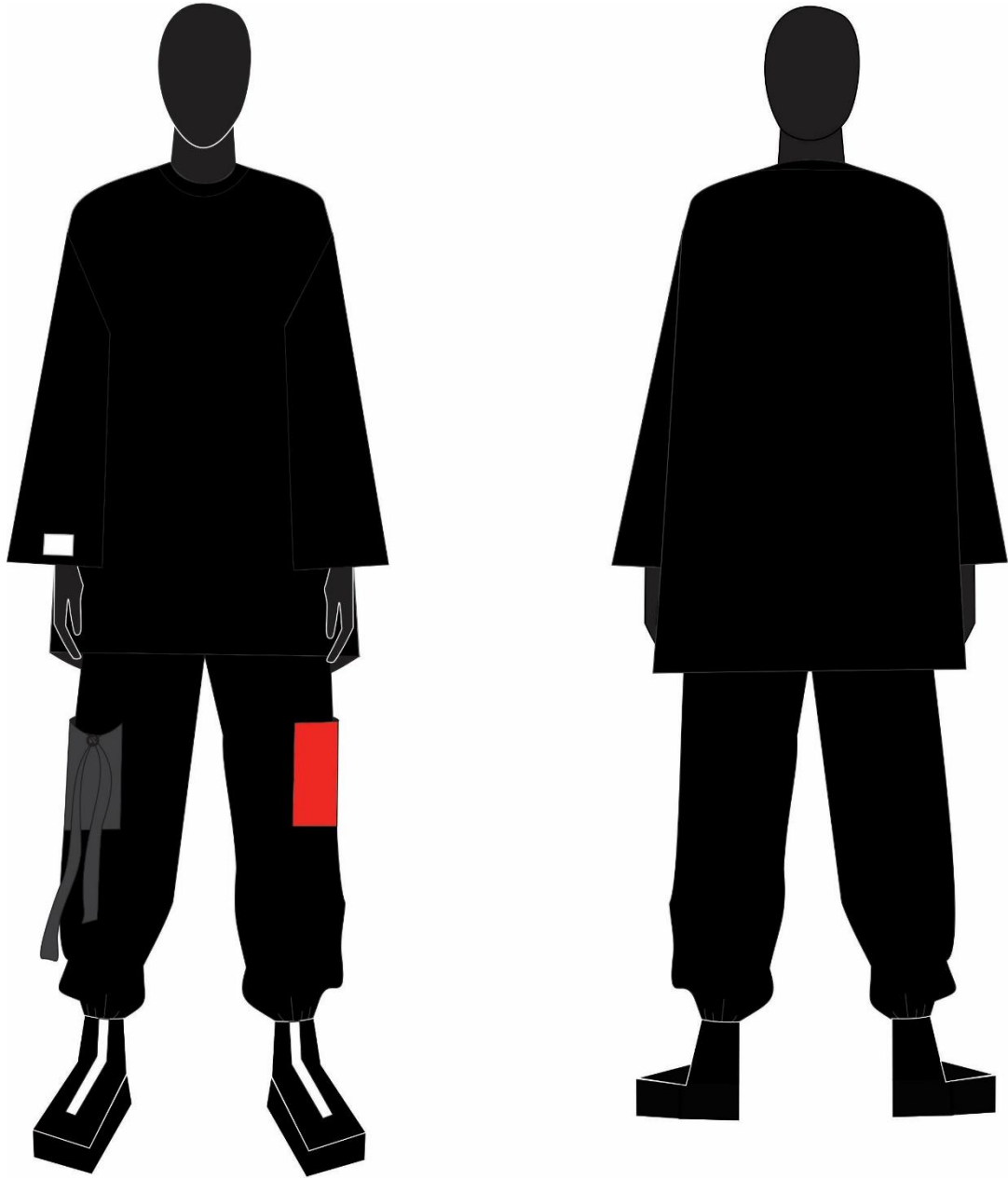
Apêndice A – Croquis selecionados para ficha técnica

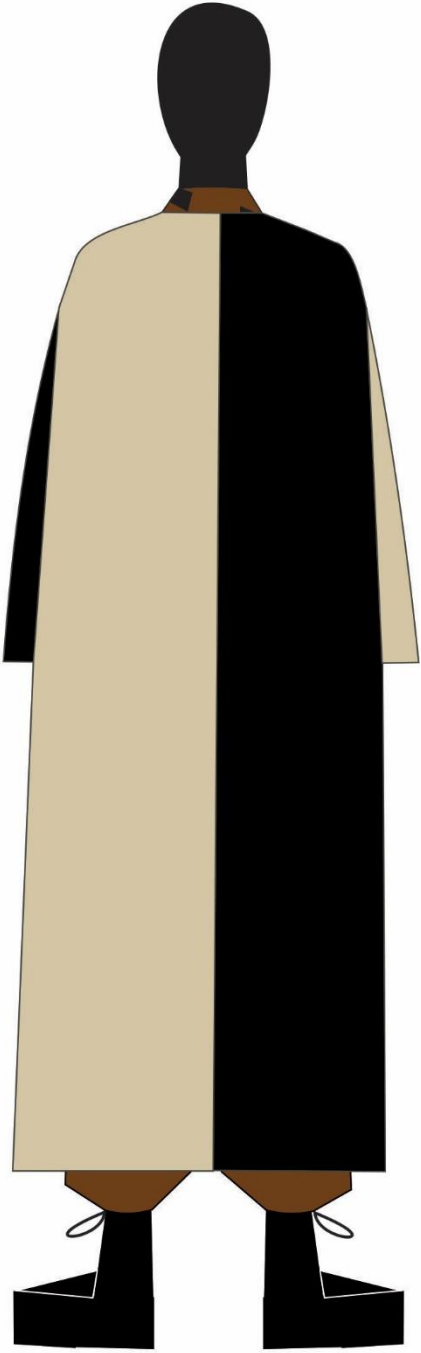
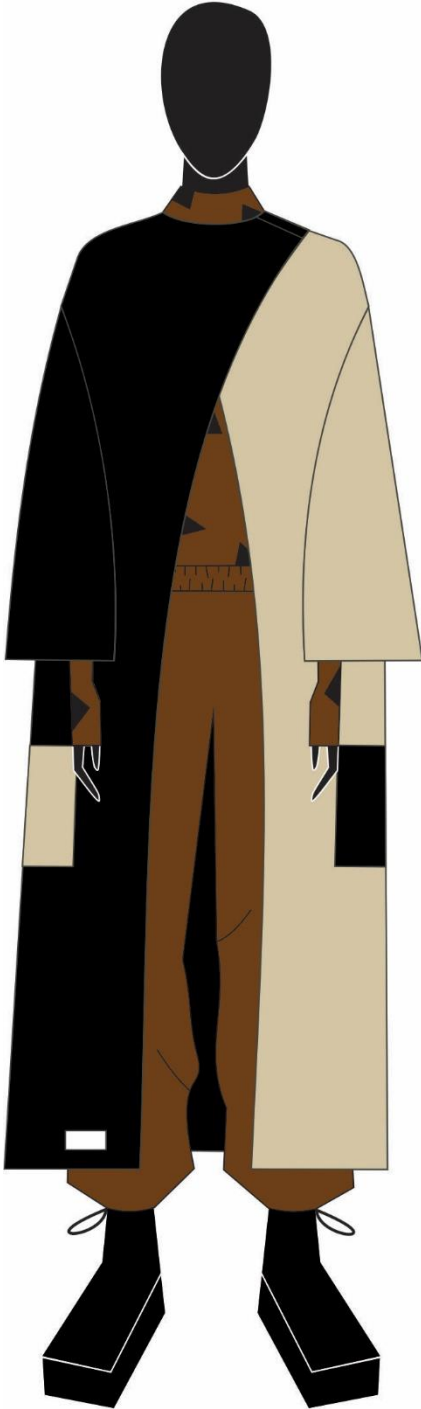


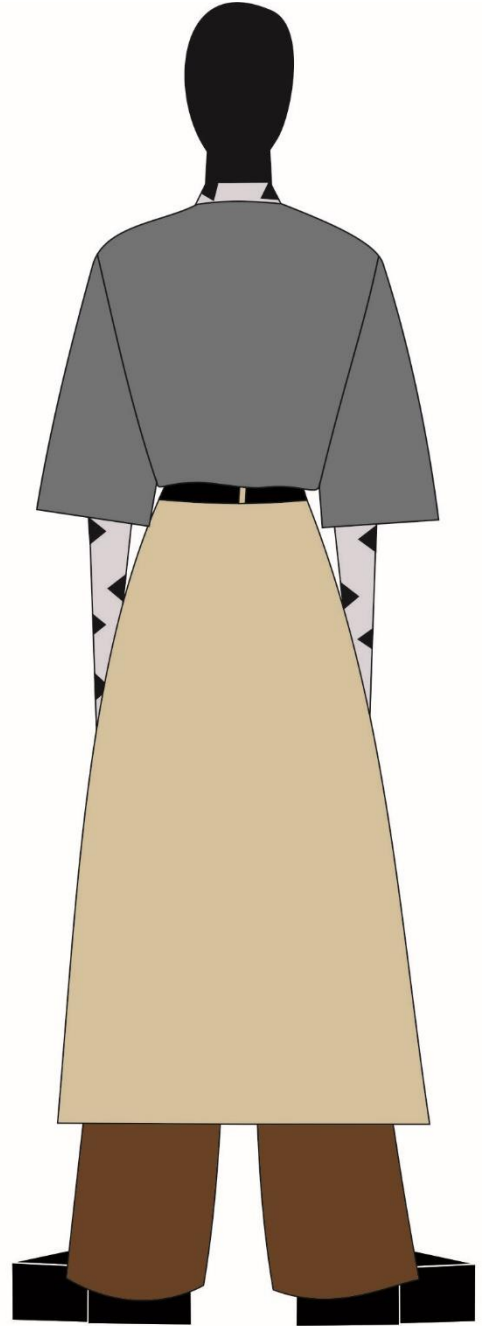


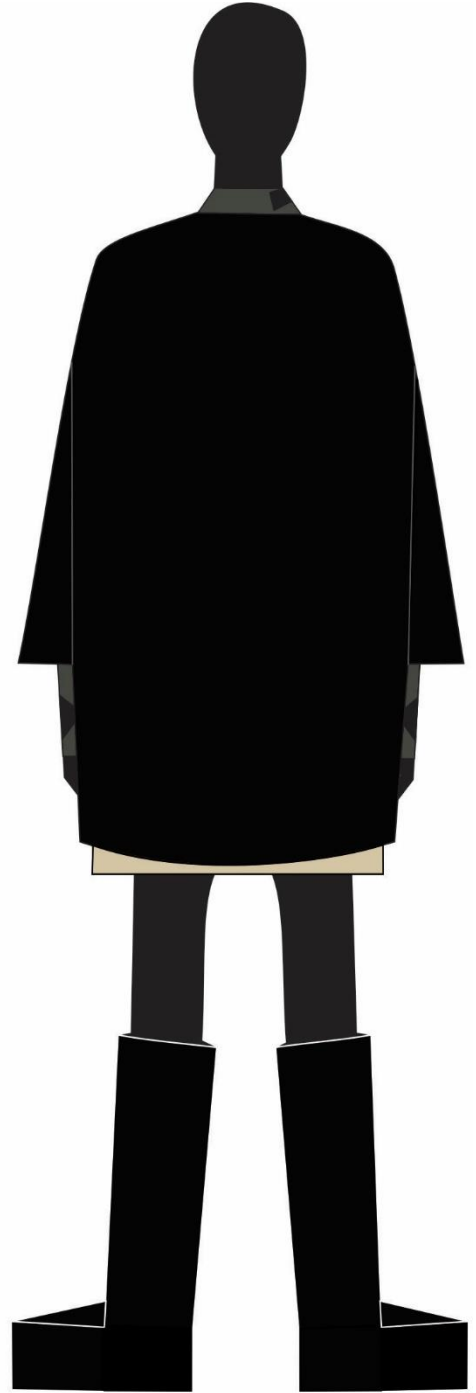


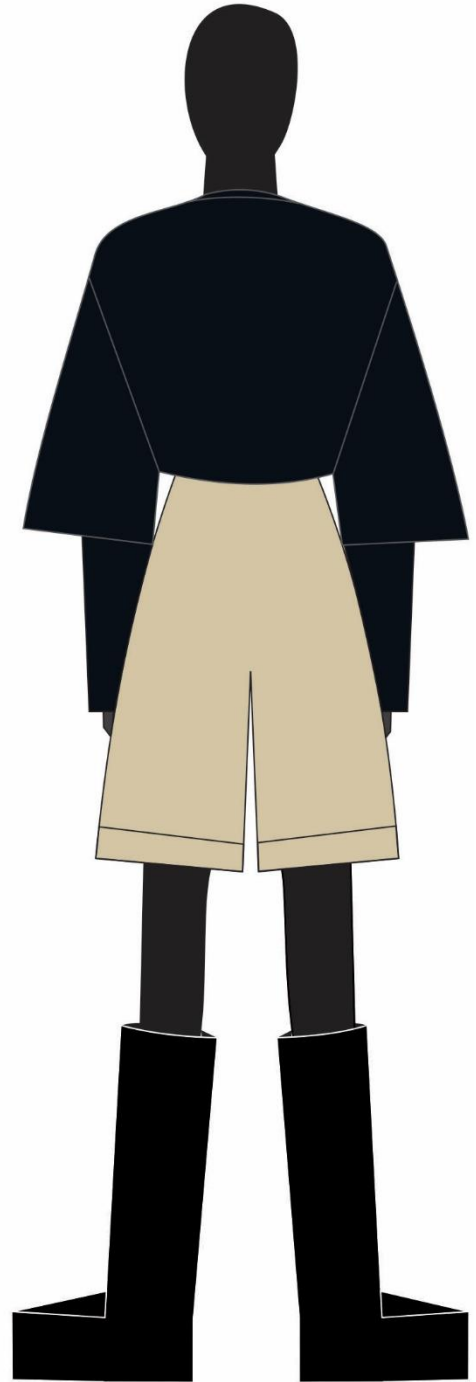
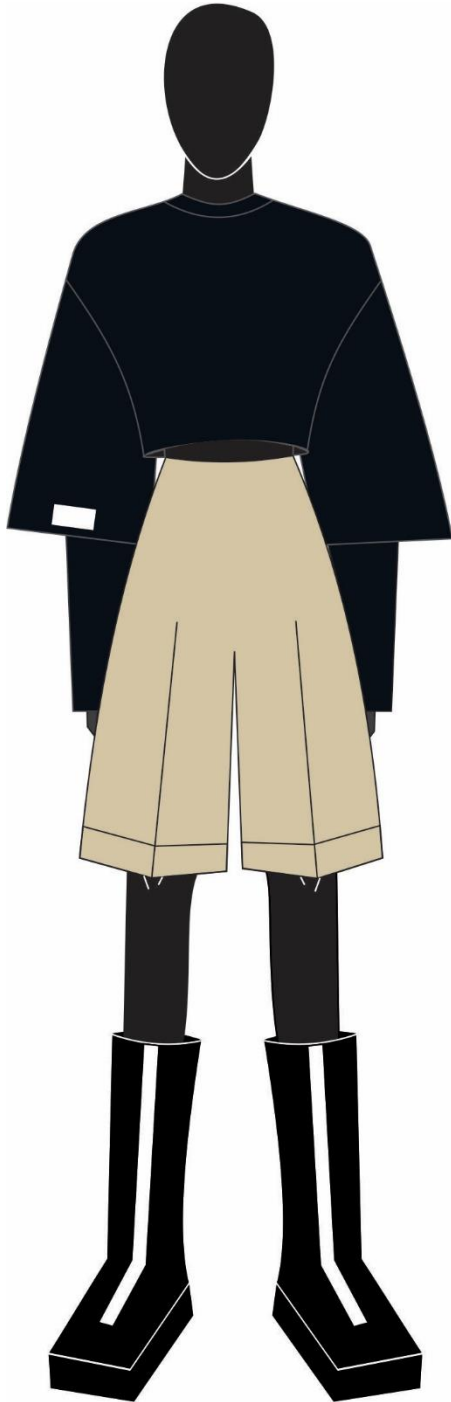


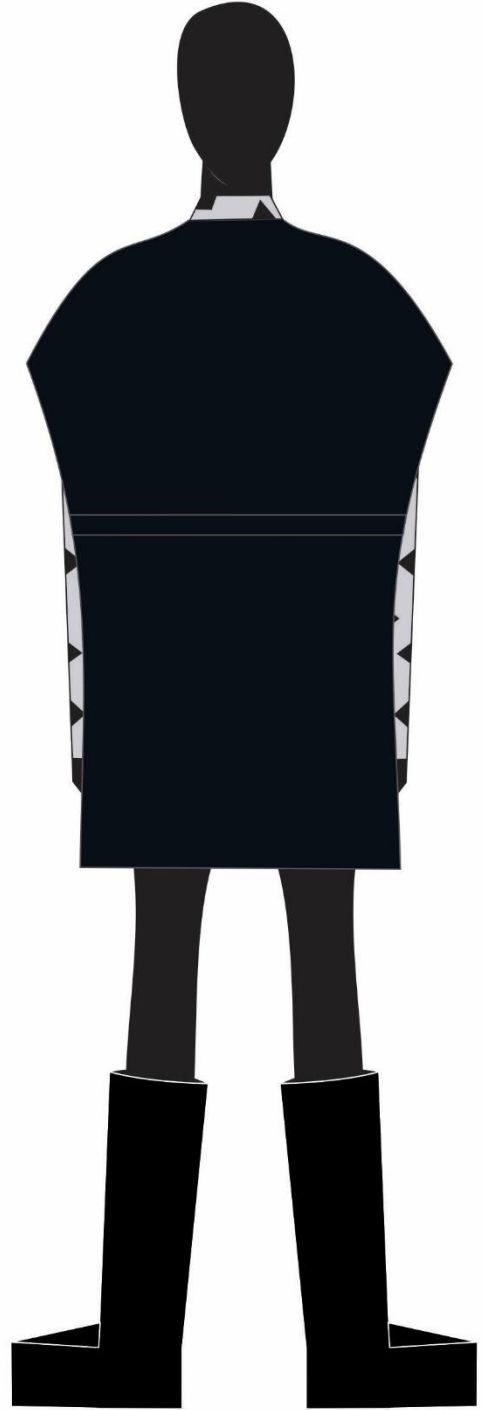




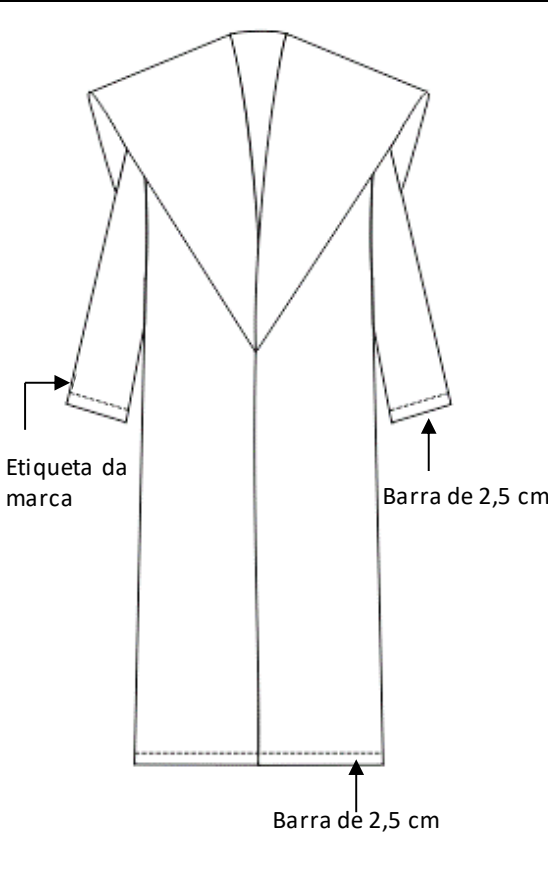
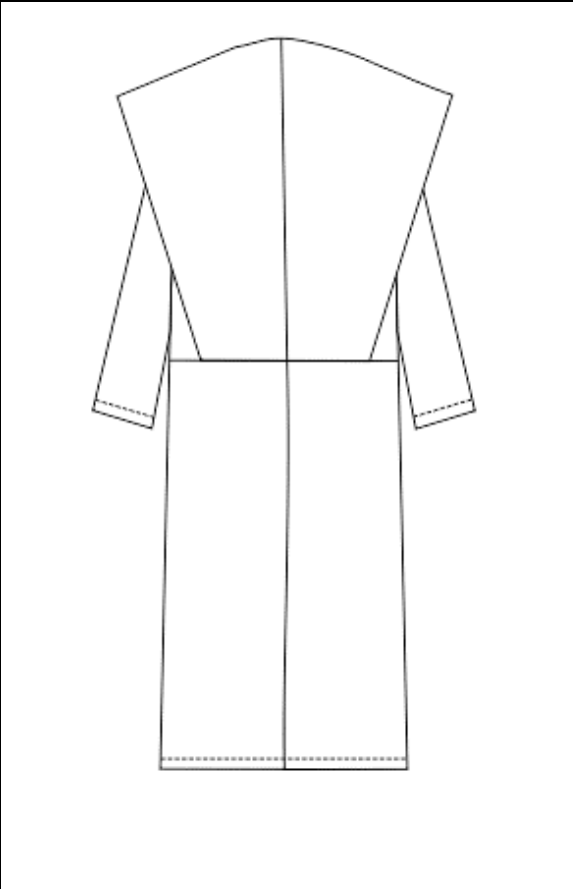









## Apêndice B – Fichas Técnicas

<h1>HEATWAVE</h1>		
Coleção: STREET WAVE	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-CS1	Segmento: Masculino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG
Descrição		
Casaco com recorte triangular costurado por cima da peça		
Desenho técnico		
Frente	Costas	
		
Amostra de tecido	OBS	
	<p>Barra e barra da manga rebatidas e pespontadas a 2,5 cm Forro de cetim</p>	

<b>HEATWAVE</b>					
Coleção: Street Wave		Designer: Beatriz Santos		Data: 16/11/2020	
Referência: SW20-CS1		Segmento: Masculino		Tamanho do protótipo: M	
Marca: Heatwave				Graduação: P-M-G-GG	
<b>Tecidos e Aviamentos</b>					
Insumos	Quantidade	Fornecedor	Cor	Preço (M ou Unidade)	Custo
Lãzinha	3 m	Tecidos Oliveira	Preto	R\$ 59,90 m	R\$ 179,70
Lãzinha	1,30 m	Tecidos Oliveira	Bege	R\$ 59,90 m	R\$ 77,87
Cetim	2,50 m	Tecidos Oliveira	Preto	R\$ 9,99 m	R\$ 24,97
Linha	1 unidade	New Center	Preto	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Linha	1 unidade	New Center	Bege	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 292,02</b>
<b>Sequência Operacional</b>					
<b>Tipo de Opreção</b>		<b>Máquina</b>			
Fechar ombro		Reta			
Fechar manga e laterais		Reta			
Colocar recorte		Reta			
Colocar forro embutido		Reta			
Fazer barra e barra da manga		Reta			
Fazer acabamentos		Reta			
Colocar etiqueta		Reta			

# HEATWAVE

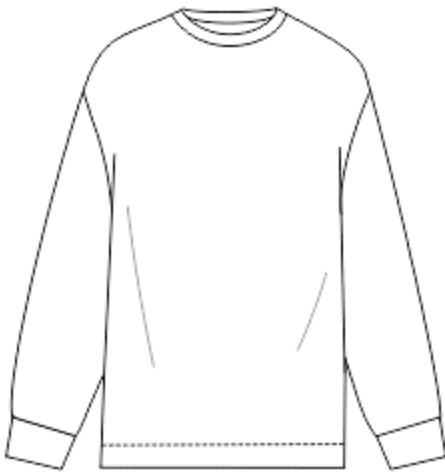
Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-B1	Segmento: Masculino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

## Descrição

Blusa de moletinho

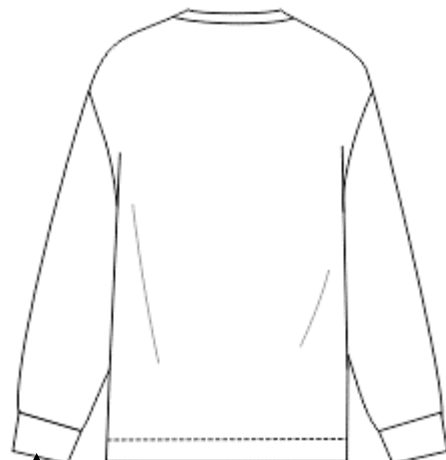
## Desenho técnico

### Frente



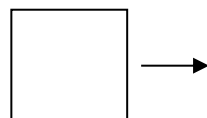
Barra de 4 cm

### Costas



Punho de 5 cm

### Amostra de tecido



### OBS

Punho manga e da gola do próprio tecido

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020			
Referência: SW20-B1	Segmento: Masculino	Tamanho do protótipo: M			
Marca: Heatwave		Graduação: P-M-G-GG			
Tecidos e Aviamentos					
Insumos	Quantidade	Fornecedor	Cor	Preço (M ou Unidade)	Custo
Moletinho	1,50 m	Tecidos Oliveira	Branco	R\$ 21,90 m	R\$ 32,85
Linha	1 unidade	New Center	Branco	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Fio	1 unidade	New Center	Branco	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 42,33</b>

Sequência Operacional	
Tipo de Opreção	Máquina
Fechar ombro	Overloque
Colocar mangas e fechar laterais	Overloque
Colocar punho	Overloque
Colocar gola	Overloque
Fazer barra	Overloque
Colocar etiquetas	Overloque

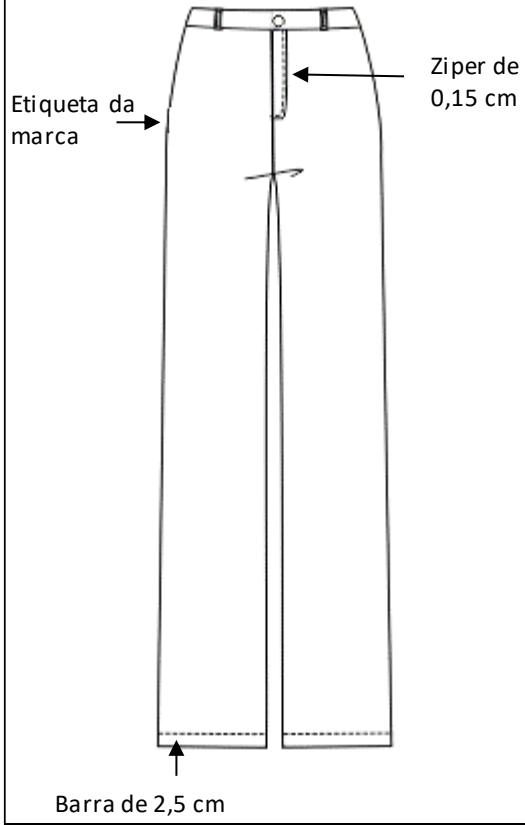
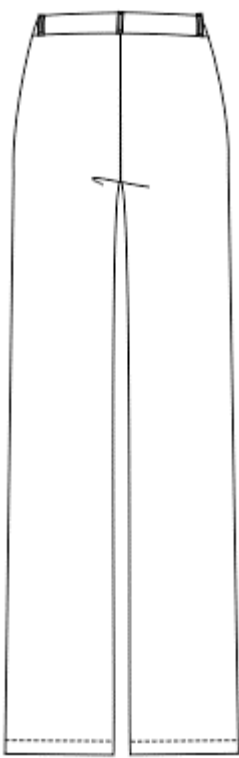
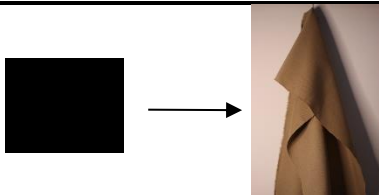
# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência SW20-CA1	Segmento: Masculino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

## Descrição

Calça oversized com zíper e botão de metal

## Desenho técnico

Frente	Costas
 <p>Etiqueta da marca</p> <p>Zipper de 0,15 cm</p> <p>Barra de 2,5 cm</p>	
Amostra de tecido	OBS
	<p>Barra rebatida com pesponto</p>

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave		Designer: Beatriz Santos		Data: 16/11/2020	
Referência SW20-CA1		Segmento: Masculino		Tamanho do protótipo: M	
Marca: Heatwave				Graduação: P-M-G-GG	
Tecidos e Aviamentos					
Insumos	Quantidade	Fornecedor	Cor	Preço (M ou Unidade)	Custo
Brim pesado	1,40 m	Tecidos Oliveira	Preto	R\$ 23,90 m	R\$ 33,46
Zipper de metal 15 cm	1 unidade	New Center	Preto	R\$ 3,15 unid.	R\$ 3,15
Botão de metal	1 unidade	New Center	Preto	R\$ 4,00 unid.	R\$ 4,00
Linha	1 unidade	New Center	Preto	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 46,10</b>
Sequência Operacional					
Tipo de Opreção	Máquina				
Fechar gancho frente e costas	Reta				
Unir o entre pernas e laterais	Reta				
Prega zipper	Reta				
Colocar cós	Reta				
Colocar passadores	Reta				
Colocar botão	Manual				
Fazer barra e acabamentos	Reta				
Colocar etiqueta	Reta				

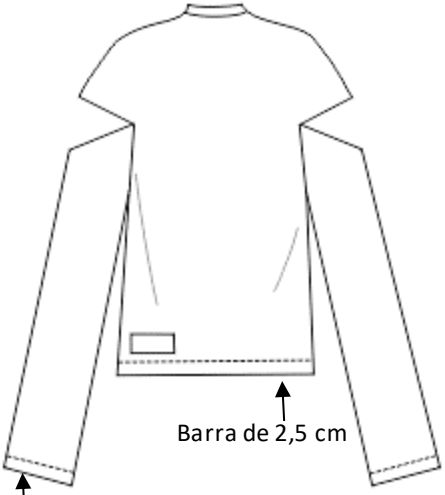
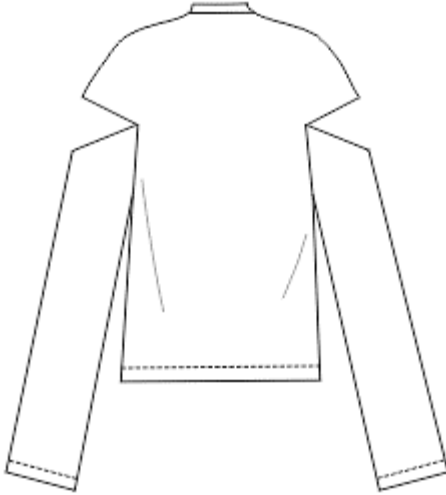
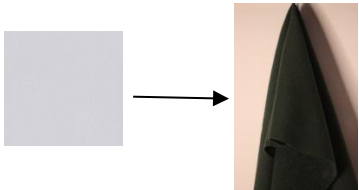
# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-B2	Segmento: Masculino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

## Descrição

Blusa de moletinho com recorte na caída do ombro e manga alongada

## Desenho técnico

Frente	Costas
 <p>Barra de 2,5 cm</p> <p>Barra da manga de 2,5 cm</p>	
Amostra de tecido	OBS
	<p>Barra de blusa e da manga rebatida com pesponto a com 2,5 cm</p>

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave		Designer: Beatriz Santos		Data: 16/11/2020	
Referência: SW20-B2		Segmento: Masculino		Tamanho do protótipo: M	
Marca: Heatwave				Graduação: P-M-G-GG	
<b>Tecidos e Aviamentos</b>					
<b>Insumos</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Fornecedor</b>	<b>Cor</b>	<b>Preço (M ou Unidade)</b>	<b>Custo</b>
Moletinho	1,50 m	Tecidos Oliveira	Cinza claro	R\$ 21,90 m	R\$ 32,85
Linha	1 unidade	New Center	Cinza claro	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Fio	1 unidade	New Center	Cinza claro	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 42,33</b>
<b>Sequência Operacional</b>					
<b>Tipo de Opreção</b>		<b>Máquina</b>			
Fechar ombro		Overloque			
Colocar mangas e fechar laterais		Overloque			
Colocar gola		Overloque			
Fazer barra da manga		Overloque			
Fazer barra		Overloque			
Colocar etiqueta		Overloque			

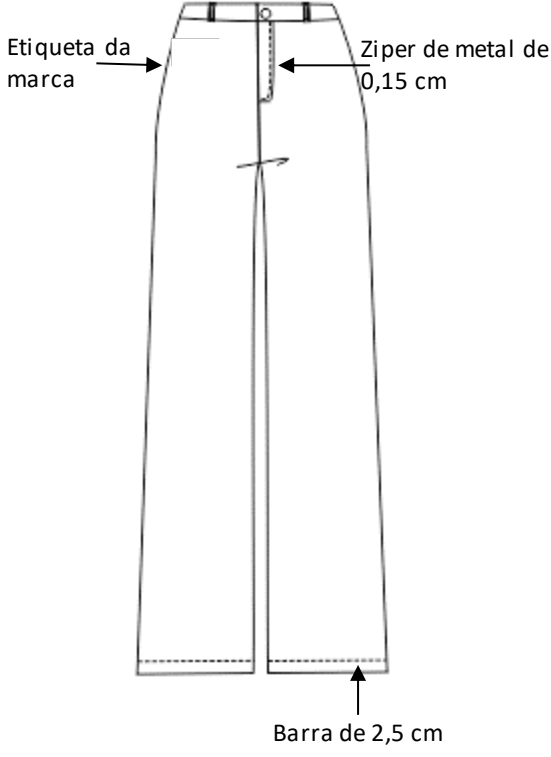
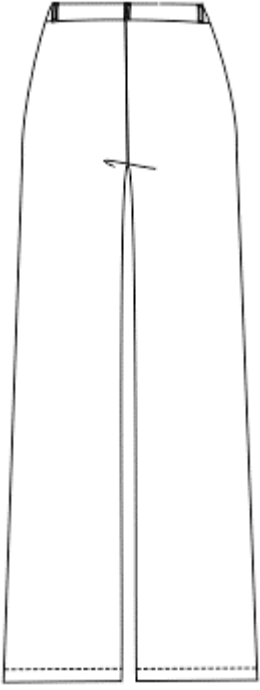
# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-CA2	Segmento: Masculino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

## Descrição

Calça oversized

## Desenho técnico

Frente	Costas
 <p>Etiqueta da marca</p> <p>Zipper de metal de 0,15 cm</p> <p>Barra de 2,5 cm</p>	

## Amostra de tecido



## OBS

Barra rebatida com pesponto a 2,5 cm  
Zipper com pesponto

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020			
Referência: SW20-CA2	Segmento: Masculino	Tamanho do protótipo: M			
Marca: Heatwave		Graduação: P-M-G-GG			
Tecidos e Aviamentos					
Insumos	Quantidade	Fornecedor	Cor	Preço (M ou Unidade)	Custo
Lãzinha gabardine	1,40 m	Tecidos Oliveira	Cinza chumbo	R\$ 14,90	R\$ 20,86
Zipper nylon de 15 cm	1 unidade	New Center	Cinza chumbo	R\$ 0,70 unid.	R\$ 0,70
Botão acrílico	1 unidade	New Center	Cinza chumbo	R\$ 0,30 unid.	R\$ 0,30
Linha	1 unidade	New Center	Cinza chumbo	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 27,35</b>
Sequência Operacional					
Tipo de Opreção	Máquina				
Fechar gancho frente e costas	Reta				
Unir o entre pernas e laterais	Reta				
Pregar zipper	Reta				
Colocar cócs	Reta				
Fazer acabamentos e barra	Reta				
Colocar botão	Manual				
Colocar etiqueta	Reta				

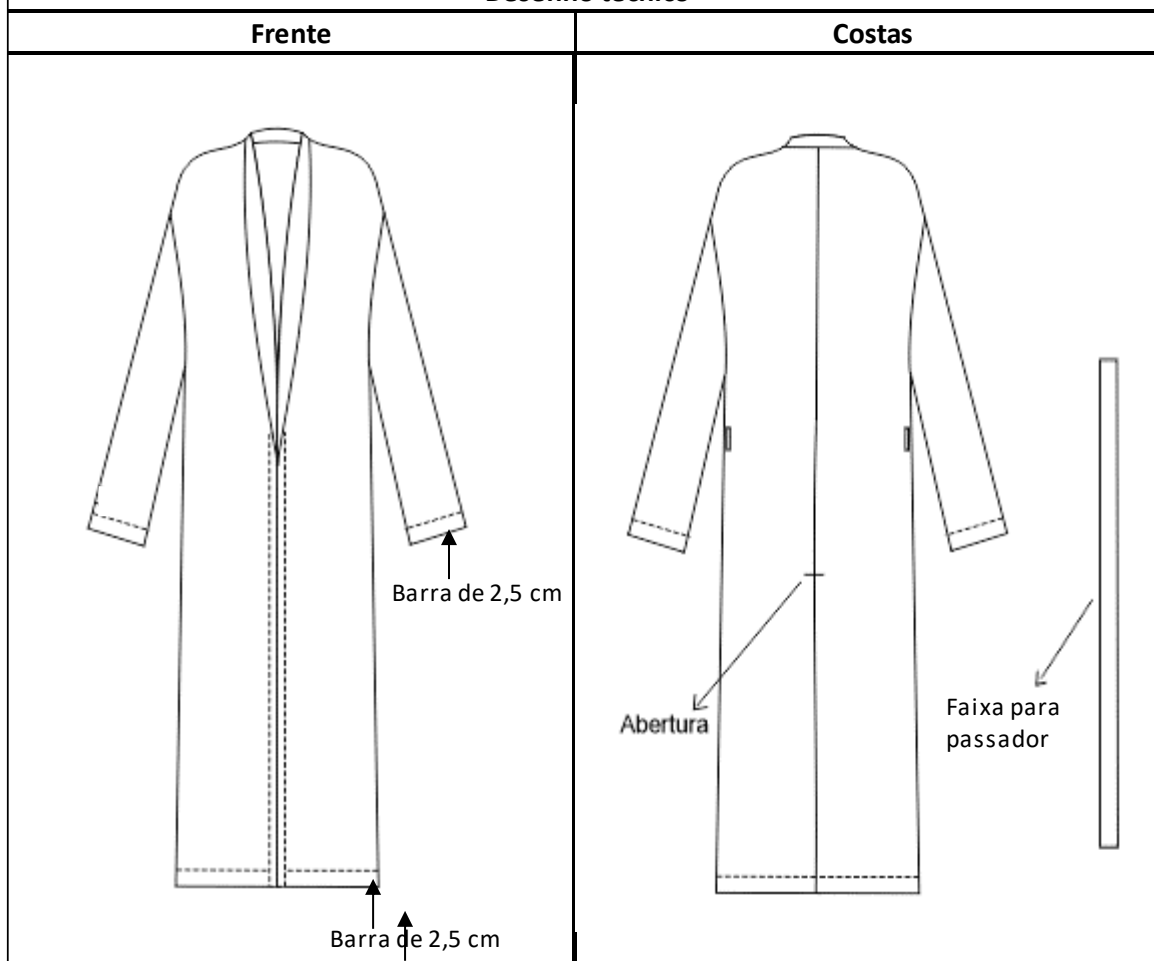
# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-CS2	Segmento: Masculino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

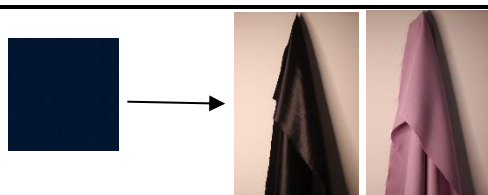
## Descrição

Casaco com lapela e passadores para faixa

## Desenho técnico



## Amostra de tecido



## OBS

Barra do casaco e barra da manga rebatidos e pespontados a 2,5 cm  
 Forro de cetim  
 Faixa de 1,60 m

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020			
Referência: SW20-CS2	Segmento: Masculino	Tamanho do protótipo: M			
Marca: Heatwave		Graduação: P-M-G-GG			
Tecidos e Aviamentos					
Insumos	Quantidade	Fornecedor	Cor	Preço (M ou Unidade)	Custo
Lãzinha Gabardine	2,50 m	Tecidos Oliveira	Azul Petróleo	R\$ 14,90 m	R\$ 37,25
Lazinha Gabardine	0,70 cm	Tecidos Oliveira	Preto	R\$ 14,90 m	R\$ 10,43
Cetim	2,50 m	Tecidos Oliveira	Azul Petróleo	R\$ 9,99	R\$ 24,97
Linha	1 unidade	New Center	Azul Petróleo	R\$ 3,99	R\$ 3,99
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 78,14</b>
Sequência Operacional					
Tipo de Opreção	Máquina				
Fechar ombros	Reta				
Colocar manga e unir laterais	Reta				
Colocar passadores	Reta				
Colocar forro embutido	Reta				
Colocar lapela	Reta				
Fazer barra e barra manga	Reta				
Unir tiras da faixa	Reta				
Colocar etiqueta	Reta				

# HEATWAVE

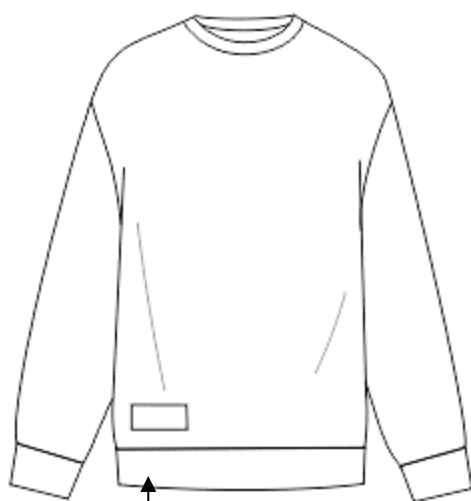
Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-B3	Segmento: Masculino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

## Descrição

Blusa de moletinho

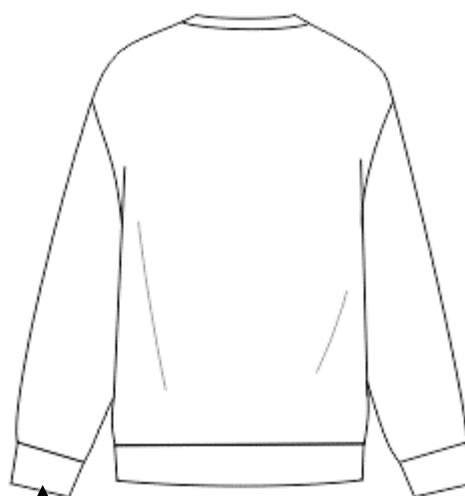
## Desenho técnico

### Frente



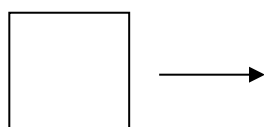
Barra de 5 cm

### Costas



Punho de 5 cm

### Amostra de tecido



### OBS

Punho da barra, manga e gola de 5 cm do próprio tecido

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-B3	Segmento: Masculino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

## Tecidos e Aviamentos

Insumos	Quantidade	Fornecedor	Cor	Preço (M ou Unidade)	Custo
Moletinho	1,50 m	Tecidos Oliveira	Branco	R\$ 21,90 m	R\$ 32,85
Linha	1 unidade	New center	Branco	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Fio	1 unidade	New center	Branco	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 42,33</b>

## Sequência Operacional

Tipo de Opreção	Máquina
Fechar ombros	Overloque
Colocar manga	Overloque
Fechar laterais	Overloque
Colocar gola	Overloque
Colocar punho	Overloque
Colocar barra	Overloque
Colocar etiqueta	Overloque

# HEATWAVE

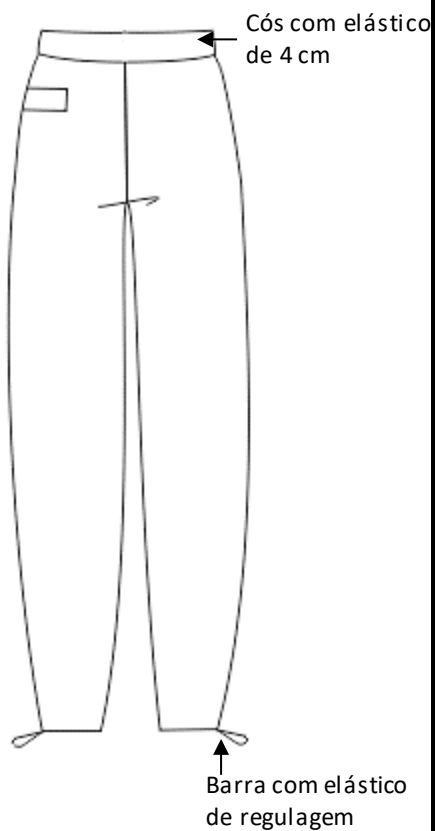
Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-CA3	Segmento: Masculino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

## Descrição

Calça com cós de elástico embutido e fio de elástico de regulagem na barra

## Desenho técnico

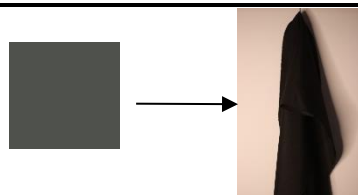
### Frente



### Costas



### Amostra de tecido



### OBS

Cós com elástico de 4 cm embutido  
Barra com fio de regulagem

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020			
Referência: SW20-CA3	Segmento: Masculino	Tamanho do protótipo: M			
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG			
Tecidos e Aviamentos					
Insumos	Quantidade	Fornecedor	Cor	Preço (M ou Unidade)	Custo
Nylon	1,20 m	Tecidos Oliveira	Cinza Chumbo	R\$ 9,90 m	R\$11,88
Elástico de 4 cm	0,80 cm	New Center	Branco	R\$ 6,90 m	R\$ 5,52
Fio elástico	0,75 cm	New Center	Cinza Chumbo	R\$ 1,80 m	R\$ 1,35
Regulador passador	2 unidade	New Center	Transparente	R\$ 0,70 unid.	R\$ 1,40
Fio	1 unidade	New Center	Cinza Chumbo	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Linha	1 unidade	New Center	Cinza Chumbo	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$29,63</b>
Sequência Operacional					
Tipo de Opreção	Máquina				
Fechar gancho frente e costas	Overloque				
Unir o entre pernas e laterais	Overloque				
Colocar cócs com elástico embutido	Overloque				
Fazer barra com elástico de regulagem	Overloque				
Colocar etiqueta	Overloque				

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-J1	Segmento: Masculino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Graduação: P-M-G-GG

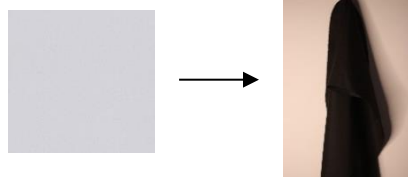
## Descrição

Jaqueta de nylon forrada, fecho de botões de pressão e elástico de regulagem o punho

## Desenho técnico

Frente	Costas

## Amostra de tecido



## OBS

Barra da jaqueta e barra da manga rebatidos com pesponto a 2,5 cm;  
Forro do próprio tecido

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave		Designer: Beatriz Santos		Data: 16/11/2020	
Referência: SW20-J1		Segmento: Masculino		Tamanho do protótipo: M	
Marca: Heatwave				Gradação: P-M-G-GG	
Tecidos e Aviamentos					
Insumos	Quantidade	Fornecedor	Cor	Preço (M ou Unidade)	Custo
Nylon	4,00 m	Tecidos Oliveira	Cinza claro	R\$ 9,90 m	R\$ 19,80
Fio de elástico	0,60 cm	New Center	Cinza claro	R\$ 1,80 unidade	R\$ 1,08
Regulador passador de elástico	2 unidades	New Center	Cinza claro	R\$ 0,70 unidade	R\$ 1,40
Botão pressão	11 unidades	New Center	Cinza claro	0,15 unid.	R\$ 1,65
Linha	1 unidade	New Center	Cinza Claro	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Fio	1 unidade	New Center	Cinza Claro	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 33,41</b>
Sequência Operacional					
Tipo de Opreção			Máquina		
Fechar ombro			Overloque		
Colocar mangas			Overloque		
Fechar laterais			Overloque		
Colocar forro embutido			Overloque		
Colocar gola			Overloque		
Colocar botões de pressão e pespontar			Manual/Overloque		
Fazer barra			Overloque		
Fazer barra da manga com fio de regulagem			Overloque		
Colocar etiqueta			Overloque		

# HEATWAVE

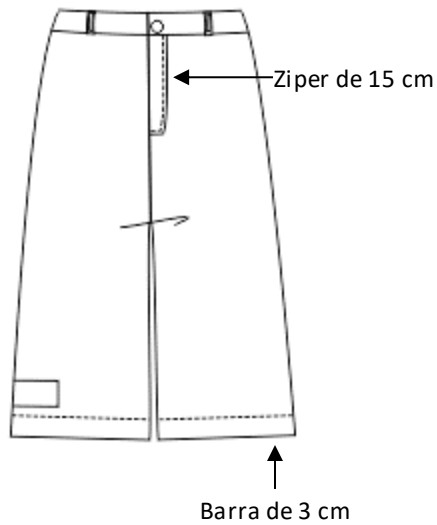
Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-BE1	Segmento: Masculino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

## Descrição

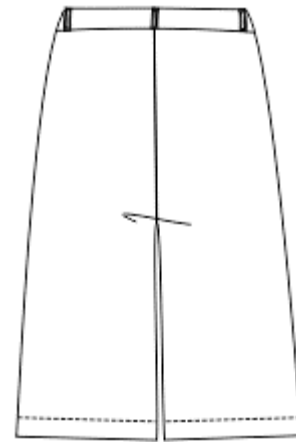
Bermuda com barra rebatida com pesponto

## Desenho técnico

### Frente



### Costas



### Amostra de tecido



### OBS

Barra de 3 cm  
Zipper com pesponto

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020			
Referência: SW20-BE1	Segmento: Masculino	Tamanho do protótipo: M			
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG			
Tecidos e Aviamentos					
Insumos	Quantidade	Fornecedor	Cor	Preço (M ou Unidade)	Custo
Lãzinha Gabardine	1,10 cm	Tecidos Oliveira	Bege	R\$ 14,90 m	R\$ 16,39
Zipper nylon de 15 cm	1 unidade	New Center	Bege	R\$ 0,70 unidade	R\$ 0,70
Botão	1 unidade	New Center	Transparente	R\$ 0,30 unid.	R\$ 0,30
Linha	1 unidade	New Center	Bege	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 22,88</b>
Sequência Operacional					
Tipo de Opreção	Máquina				
Fechar gancho frente e costas	Reta				
Unir o entre pernas e laterais	Reta				
Pregar zíper e pespontar	Reta				
Colocar cós	Reta				
Colocar passadores	Reta				
Fazer barra	Reta				
Colocar botão	Manual				
Colocar etiqueta	Reta				

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-B4	Segmento: Masculino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

## Descrição

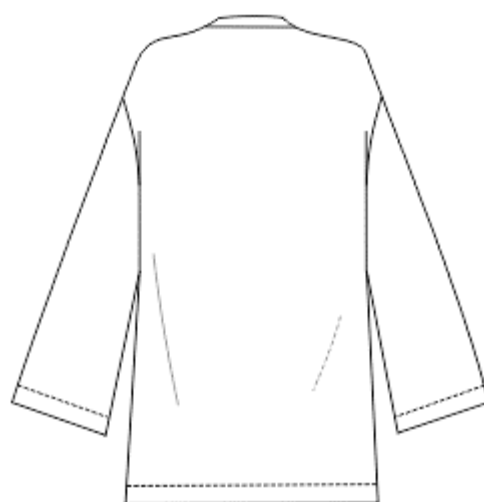
Camiseta de moletinho com manga 7/8

## Desenho técnico

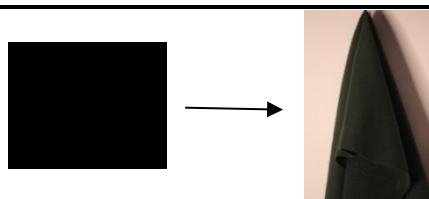
### Frente



### Costas



### Amostra de tecido



### OBS

Barra e barra da manga rebatidos com pesponto a 2,5 cm;  
Gola do próprio tecido

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave		Designer: Beatriz Santos		Data: 16/11/2020	
Referência: SW20-B4		Segmento: Masculino		Tamanho do protótipo: M	
Marca: Heatwave				Gradação: P-M-G-GG	
Tecidos e Aviamentos					
Insumos	Quantidade	Fornecedor	Cor	Preço (M ou Unidade)	Custo
Moletinho	1,50 m	Tecidos Oliveira	Cinza Chumbo	R\$ 21,90 m	R\$ 32,85
Linha	1 unidade	New Center	Cinza Chumbo	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Fio	1 unidade	New Center	Cinza Chumbo	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 42,33</b>
Sequência Operacional					
Tipo de Opreção	Máquina				
Fechar ombro	Overloque				
Colocar mangas	Overloque				
Fechar laterais	Overloque				
Colocar gola	Overloque				
Fazer barra e barra da manga	Overloque				
Colocar etiqueta	Overloque				

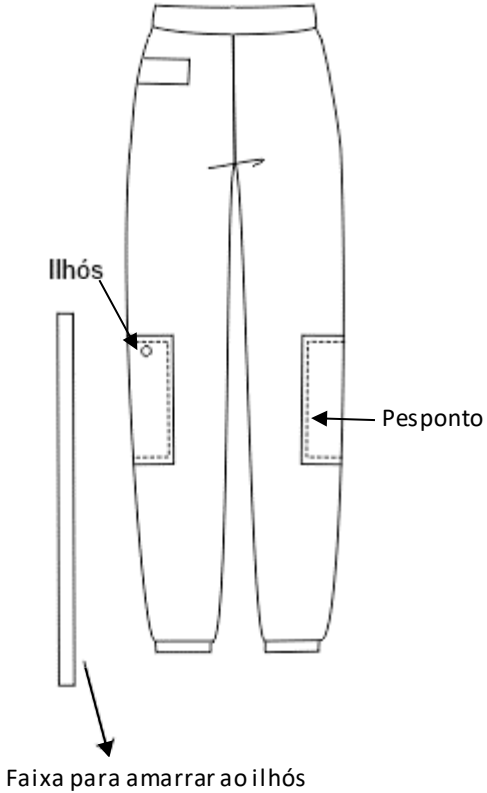
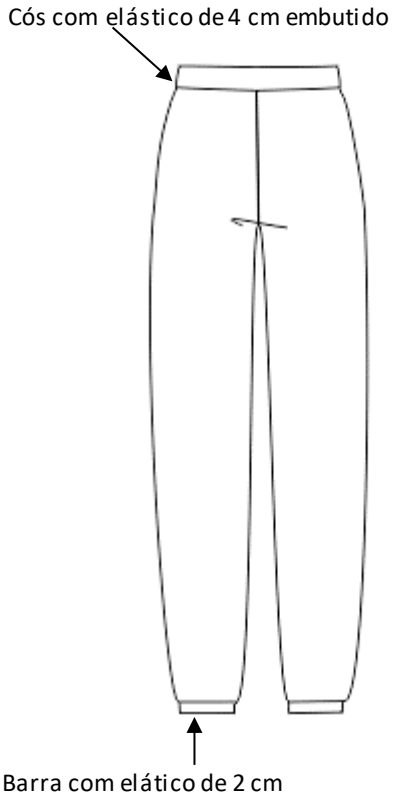
# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-CA4	Segmento: Masculino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

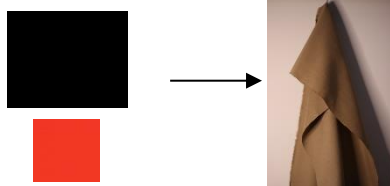
## Descrição

Calça com cós de elástico de 4 cm embutido, barra com elástico de 2 cm embutido, bolso direito com ilhós e faixa para amarrar ao ilhós

## Desenho técnico

Frente	Costas
	

## Amostra de tecido



## OBS

Cós com elástico embutido  
Barra com elástico embutido;  
Faixa de 0,60 cm

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-CA4	Segmento: Masculino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

## Tecidos e Aviamentos

Insumos	Quantidade	Fornecedor	Cor	Preço (M ou Unidade)	Custo
Brim pesado	1,40 m	Tecidos Oliveira	Preto	R\$ 23,90 m	R\$ 33,40
Brim pesado	0,70 cm	Tecidos Oliveira	Vermelho	R\$ 23,90 m	R\$ 14,34
Elástico de 4 cm	0,80 cm	New Center	Branco	R\$ 6,90 m	R\$ 5,52
Elástico de 2 cm	0,65 cm	New Center	Branco	R\$ 2,30 m	R\$ 1,49
Ilhós	1 unidade	New Center	Preto	R\$ 1,50 unid.	R\$ 1,50
Linha	1 unidade	New Center	Preto	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Linha	1 unidade	New Center	Vermelho	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 65,73</b>

## Sequência Operacional

Tipo de Opreção	Máquina
Fechar gancho frente e costas	Reta
Unir o entre pernas e laterais	Reta
Colocar cós com elástico embutido	Reta
Colocar ilhós no bolso	Manual
Colocar bolsos	Reta
Fazer barra com elástico embutido	Reta
Unir tiras da faixa	Reta
Colocar etiqueta	Reta

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-CS3	Segmento: Feminino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

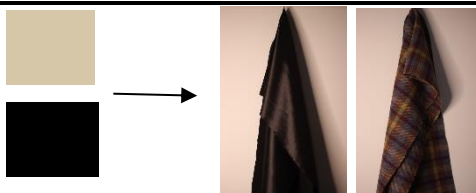
## Descrição

Sobretudo de manga 7/8 com forro, transpassado com abertura na frente e fecho de botão de pressão

## Desenho técnico

Frente	Costas
<p>Fecho em botão de pressão coberto</p> <p>Barra da manga de 2,5 cm</p> <p>Barra de 2,5 cm</p>	

## Amostra de tecido



## OBS

Barra e barra da manga rebatidos com pesponto de 2,5 cm;  
Forro de cetim

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020			
Referência: SW20-CS3	Segmento: Feminino	Tamanho do protótipo: M			
Marca: Heatwave		Graduação: P-M-G-GG			
Tecidos e Aviamentos					
Insumos	Quantidade	Fornecedor	Cor	Preço (M ou Unidade)	Custo
Lãzinha	2,30 m	Tecidos Oliveira	Preto	R\$ 59,90 m	R\$137,77
Lãzinha	2,30 m	Tecidos Oliveira	Bege	R\$ 59,90 m	R\$137,77
Cetim	2,30 m	Tecidos Oliveira	Preto	R\$ 9,99	R\$ 22,97
Botão de pressão	3 unidades	New Center	Preto	R\$ 0,15 unid.	R\$ 0,45
Linha	1 unidade	New Center	Preto	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Linha	1 unidade	New Center	Bege	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 308,44</b>
Sequência Operacional					
Tipo de Opreção	Máquina				
Fechar ombros	Reta				
Colocar mangas	Reta				
Fechar laterais	Reta				
Colocar forro embutido	Reta				
Colocar botões de pressão	Manual				
Fazer barra e barra da manga	Reta				
Colocar etiqueta	Reta				


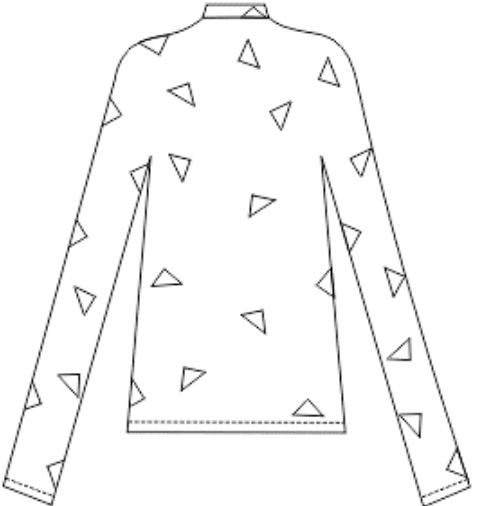
# HEATWAVE

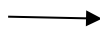
Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-B5	Segmento: Feminino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

## Descrição

Blusa segunda pele com recortes triangulares

## Desenho técnico

Frente	Costas
 <p>Recortes em triângulos</p> <p>Barra da manga de 2 cm</p> <p>Barra de 2 cm</p>	
Amostra de tecido	OBS



Barra da blusa e barra da manga de 2 cm

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020			
Referência: SW20-B5	Segmento: Feminino	Tamanho do protótipo: M			
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG			
Tecidos e Aviamentos					
Insumos	Quantidade	Fornecedor	Cor	Preço (M ou Unidade)	Custo
Lycra	1,50 m	Tecidos Oliveira	Marrom	R\$ 13,90 m	R\$ 20,85
Linha	1 unidade	New Center	Marrom	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Fio	1 unidade	New Center	Marrom	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 30,33</b>
Sequência Operacional					
Tipo de Opreção	Máquina				
Fechar ombro	Overloque				
Colocar mangas	Overloque				
Fechar laterais	Overloque				
Colocar gola	Overloque				
Fazer barra e barra da manga	Overloque				
Colar etiqueta	Overloque				

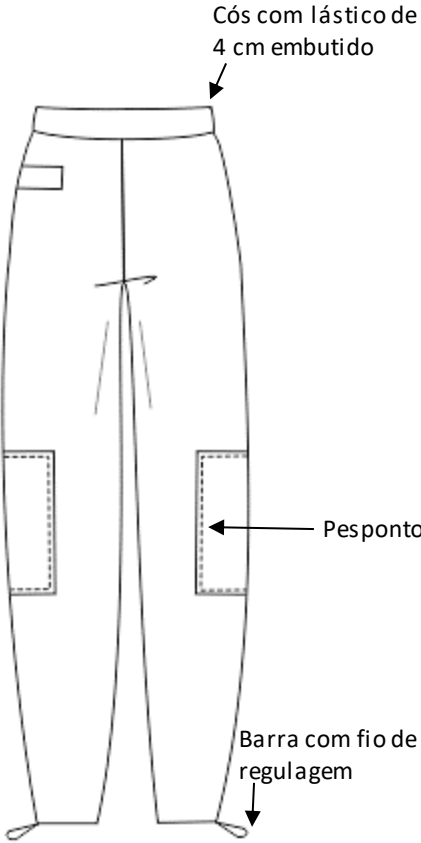
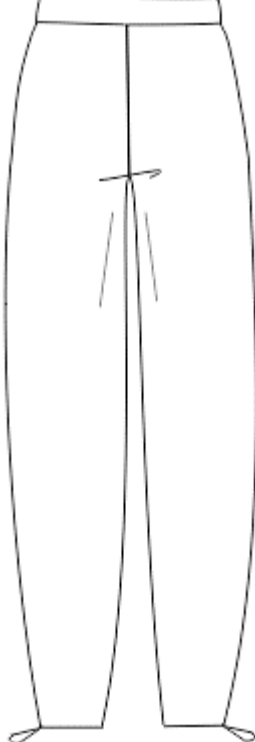
# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-CA5	Segmento: Masculino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

## Descrição

Calça com cós de elástico de 4 cm embutido e barra com fio de regulagem embutido

## Desenho técnico

Frente	Costas
 <p>Cós com lástico de 4 cm embutido</p> <p>Pesponto</p> <p>Barra com fio de regulagem</p>	

## Amostra de tecido



## OBS

Cós com elástico de 4 cm embutido;  
Barra com fio de regulagem;  
Bolsos com pesponto;

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave		Designer: Beatriz Santos		Data: 16/11/2020	
Referência: SW20-CA5		Segmento: Masculino		Tamanho do protótipo: M	
Marca: Heatwave				Graduação: P-M-G-GG	
Tecidos e Aviamentos					
Insumos	Quantidade	Fornecedor	Cor	Preço (M ou Unidade)	Custo
Nylon	1,60 m	Tecidos Oliveira	Marrom	R\$ 9,90 m	R\$ 15,84
Elástico	0,80 cm	New Center	Branco	6,90 m	R\$ 5,52
Fio de elástico	0,65 cm	New Center	Marrom	R\$ 1,80 m	R\$ 1,17
Linha	1 unidade	New Center	Marrom	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Fio	1 unidade	New Center	Marrom	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Regulador passador de elástico	2 unidades	New Center	Transparente	R\$ 0,70 m	R\$ 1,40
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 33,41</b>
Sequência Operacional					
Tipo de Opreção			Máquina		
Fechar gancho frente e costas			Overloque		
Unir o entre pernas e laterais			Overloque		
Colocar cós com elástico embutido			Overloque		
Colocar bolsos e pespontar			Overloque		
Fazer barra com elástico de regulagem			Overloque		
Colocar etiqueta			Overloque		


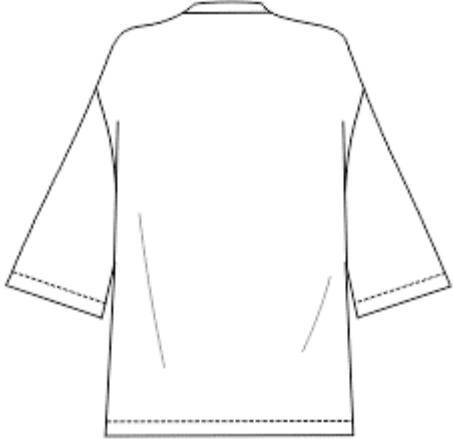
# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-CM1	Segmento: Feminino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

## Descrição

Camiseta de moletinho com manga 3/4 e gola do próprio tecido

## Desenho técnico

Frente	Costas
 <p>Barra da manga de 2,5 cm</p> <p>Barra de 2,5 cm</p>	
Amostra de tecido	OBS



Barra da blusa e barra da manga rebatidos com pesponto a 2,5 cm

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave		Designer: Beatriz Santos		Data: 16/11/2020	
Referência: SW20-CM1		Segmento: Feminino		Tamanho do protótipo: M	
Marca: Heatwave				Gradação: P-M-G-GG	
Tecidos e Aviamentos					
Insumos	Quantidade	Fornecedor	Cor	Preço (M ou Unidade)	Custo
Moletinho	1,40 cm	Tecidos Oliveira	Cinza chumbo	R\$ 21,90 m	R\$ 30,66
Linha	1 unidade	New Center	Cinza chumbo	R\$ 3,99 m	R\$ 3,99 m
Fio	1 unidade	New Center	Cinza chumbo	R\$ 3,99 m	R\$ 3,99 m
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 32,16</b>
Sequência Operacional					
Tipo de Opreção		Máquina			
Fechar ombro		Overloque			
Colocar mangas		Overloque			
Unir laterais		Overloque			
Colocar gola		Overloque			
Fazer barra e barra da manga		Overloque			
Colocar etiqueta		Overloque			

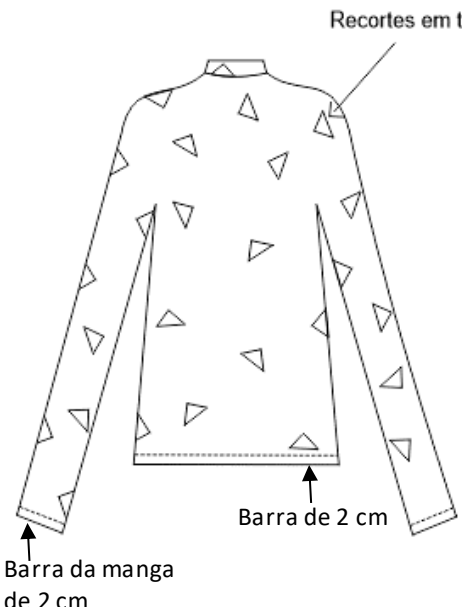
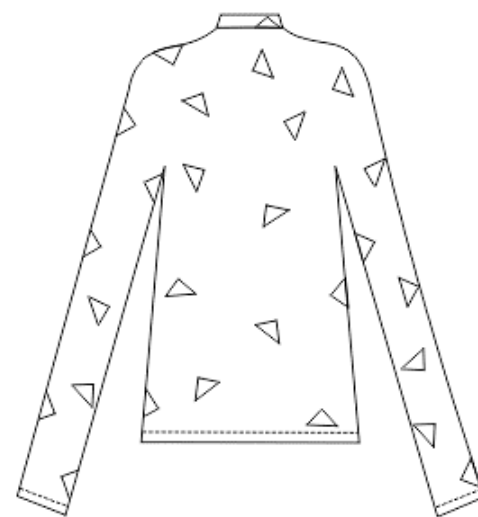
# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-B6	Segmento: Feminino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

## Descrição

Blusa com recortes triangulares

## Desenho técnico

Frente	Costas
 <p>Recortes em triângulos</p> <p>Barra de 2 cm</p> <p>Barra da manga de 2 cm</p>	
Amostra de tecido	OBS



Barra da blusa e barra da manga rebatidos com pesponto a 2 cm

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-B6	Segmento: Feminino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

## Tecidos e Aviamentos

Insumos	Quantidade	Fornecedor	Cor	Preço (M ou Unidade)	Custo
Lycra	1,50 m	Tecidos Oliveira	Cinza claro	R\$ 13,90 m	R\$ 20,85
Linha	1 unidade	New Center	Cinza claro	R\$ 3,99 m	R\$ 3,99
Fio	1 unidade	New Center	Cinza claro	R\$ 3,99 m	R\$ 3,99
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 30,33</b>

## Sequência Operacional

Tipo de Opreção	Máquina
Fechar ombro	Overloque
Colocar mangas	Overloque
Fechar laterais	Overloque
Colocar gola	Overloque
Fazer barra e barra da manga	Overloque
Colocar etiqueta	Overloque

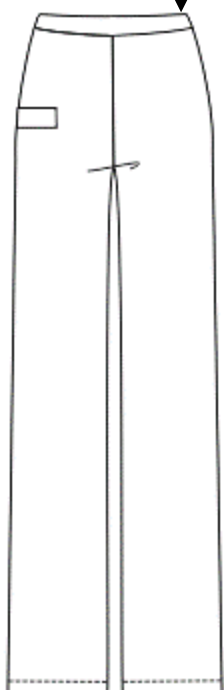
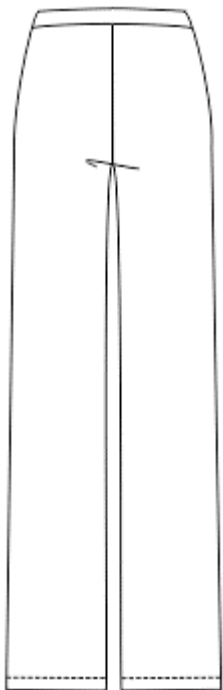
# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-CA6	Segmento: Feminino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

## Descrição

Calça oversized com cós de elástico embutido

## Desenho técnico

Frente	Costas
<p>Cós de elástico de 4 cm embutido</p>  <p>Barra de 2,5 cm</p>	
Amostra de tecido	OBS



Cós com elástico de 4 cm embutido;  
Barra rebatida com pesponto a 2,5 cm

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave		Designer: Beatriz Santos		Data: 16/11/2020	
Referência: SW20-CA6		Segmento: Feminino		Tamanho do protótipo: M	
Marca: Heatwave				Graduação: P-M-G-GG	
Tecidos e Aviamentos					
Insumos	Quantidade	Fornecedor	Cor	Preço (M ou Unidade)	Custo
Brim pesado	1,20 m	Tecidos Oliveira	Marrom	R\$ 23,90	R\$ 28,68
Elástico de 4 cm	0,80 cm	New Center	Branco	R\$ 6,90 m	R\$ 5,52
Linha	1 unidade	New Center	Marrom	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 39,69</b>
Sequência Operacional					
Tipo de Opreção	Máquina				
Fechar gancho frente e costas	Reta				
Unir o entre pernas e laterais	Reta				
Colocar cós com elástico embutido	Reta				
Fazer acabamentos e barra	Reta				
Colocar etiqueta	Reta				

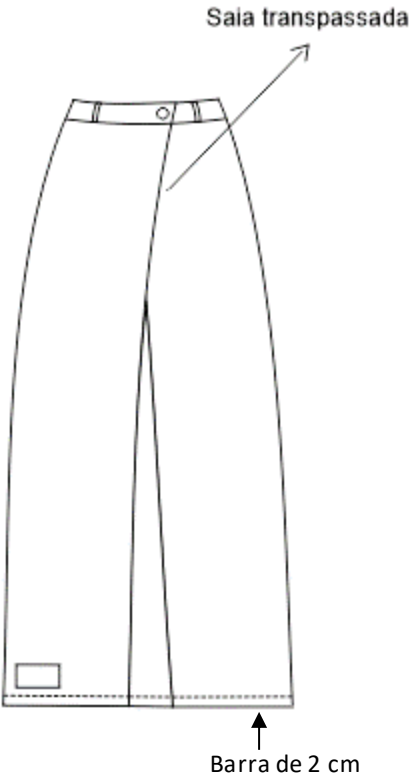
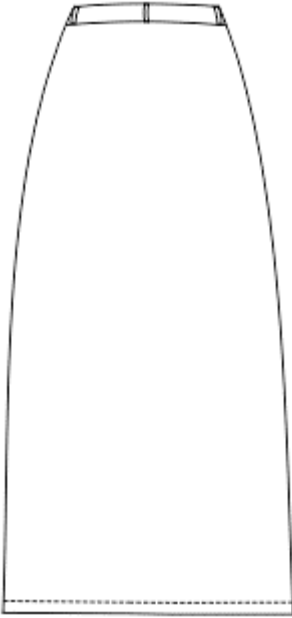
# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-S1	Segmento: Feminino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

## Descrição

Saia midi transpassada com botão

## Desenho técnico

Frente	Costas
 <p>Saia transpassada</p> <p>Barra de 2 cm</p>	
Amostra de tecido	OBS



Barra rebatida com pesponto a 2 cm

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave		Designer: Beatriz Santos		Data: 16/11/2020	
Referência: SW20-S1		Segmento: Feminino		Tamanho do protótipo: M	
Marca: Heatwave				Graduação: P-M-G-GG	
Tecidos e Aviamentos					
Insumos	Quantidade	Fornecedor	Cor	Preço (M ou Unidade)	Custo
Brim pesado	0,90 cm	Tecidos Oliveira	Bege	R\$ 23,90	R\$ 21,51
Botão	1 unidade	New Center	Bege	R\$ 0,30 unid.	R\$ 0,30
Linha	1 unidade	New Center	Bege	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 27,30</b>
Sequência Operacional					
Tipo de Operação		Máquina			
Unir laterais		Reta			
Colocar cós		Reta			
Colocar passadores		Reta			
Colocar botão		Manual			
Fazer acabamentos e barra		Reta			
Colocar etiqueta		Reta			


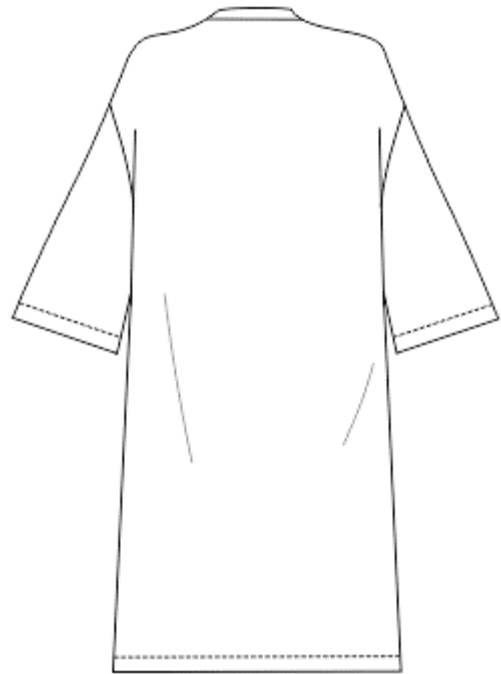
# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-CM2	Segmento: Feminino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

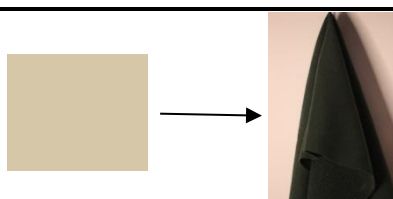
## Descrição

Camiseta de moletinho com manga 3/4 com gola do próprio tecido

## Desenho técnico

Frente	Costas
 <p>Barra da manga de 2,5 cm</p> <p>Barra de 2,5 cm</p>	

## Amostra de tecido



## OBS

Barra da camiseta e barra da manga rebatidos e pespontados a 2,5 cm

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020			
Referência: SW20-CM2	Segmento: Feminino	Tamanho do protótipo: M			
Marca: Heatwave		Graduação: P-M-G-GG			
<b>Tecidos e Aviamentos</b>					
<b>Insumos</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Fornecedor</b>	<b>Cor</b>	<b>Preço (M ou Unidade)</b>	<b>Custo</b>
Moletinho	1,40 m	Tecidos Oliveira	Bege	R\$ 21,90 m	R\$ 30,66
Linha	1 unidade	New Center	Bege	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Fio	1 unidade	New Center	Bege	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 40,14</b>
<b>Sequência Operacional</b>					
<b>Tipo de Operação</b>	<b>Máquina</b>				
Fechar ombros	Overloque				
Colocar mangas	Overloque				
Fechar laterais	Overloque				
Colocar gola	Overloque				
Fazer barra e barra da manga	Overloque				
Colocar etiqueta	Overloque				

# HEATWAVE

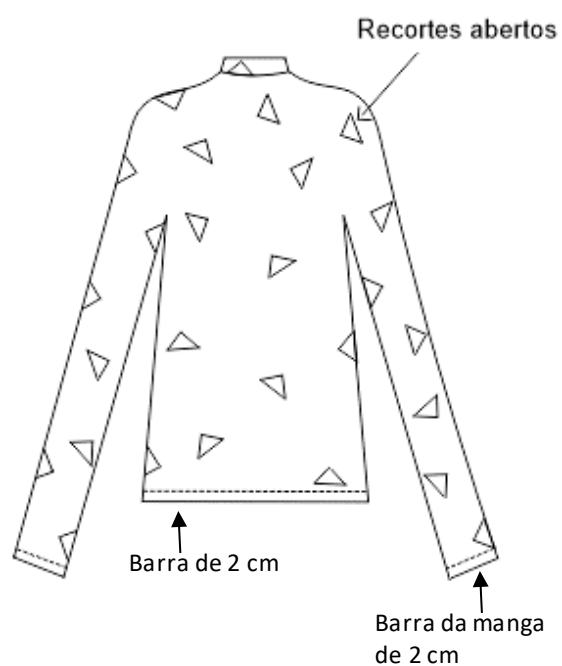
Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-B7	Segmento: Feminino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

## Descrição

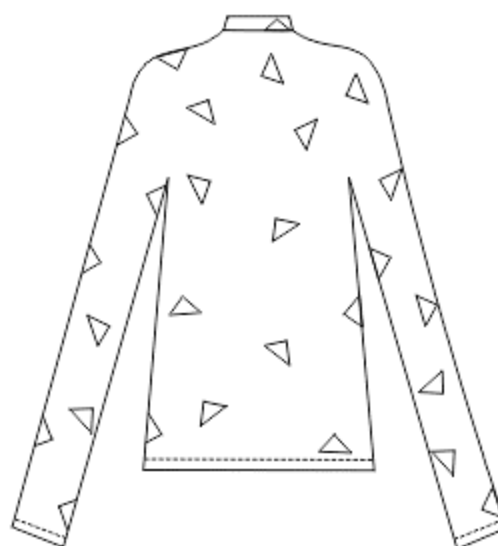
Blusa com recortes triangulares

## Desenho técnico

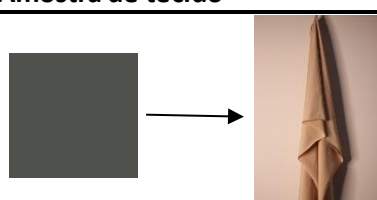
### Frente



### Costas



### Amostra de tecido



### OBS

Barra da blusa e barra da manga de 2 cm

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020			
Referência: SW20-B7	Segmento: Feminino	Tamanho do protótipo: M			
Marca: Heatwave		Graduação: P-M-G-GG			
Tecidos e Aviamentos					
Insumos	Quantidade	Fornecedor	Cor	Preço (M ou Unidade)	Custo
Lycra	1,50 cm	Tecidos Oliveira	Cinza chumbo	R\$ 13,90 m	R\$ 20,85
Linha	1 unidade	New Center	Cinza chumbo	R\$ 3,99 m	R\$ 3,99
Fio	1 unidade	New Center	Cinza chumbo	R\$ 3,99 m	R\$ 3,99
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 30,33</b>
Sequência Operacional					
Tipo de Opreção	Máquina				
Fechar ombro	Overloque				
Colocar mangas	Overloque				
Fechar laterais	Overloque				
Colocar gola	Overloque				
Fazer barra e barra da manga	Overloque				
Colocar etiquetas	Overloque				

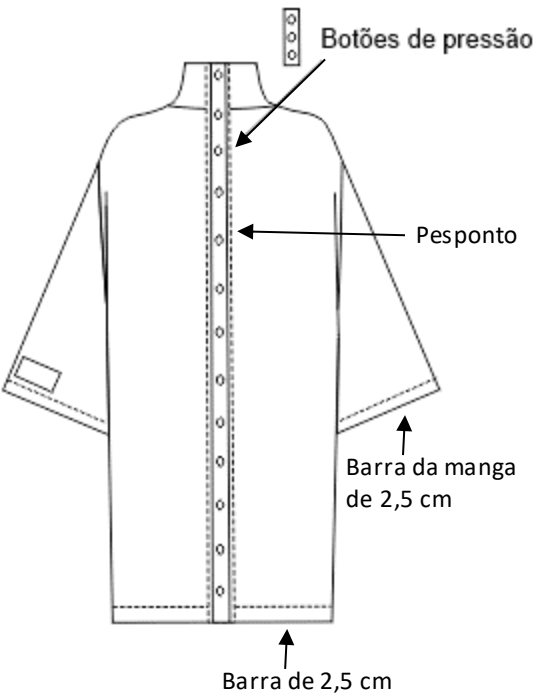
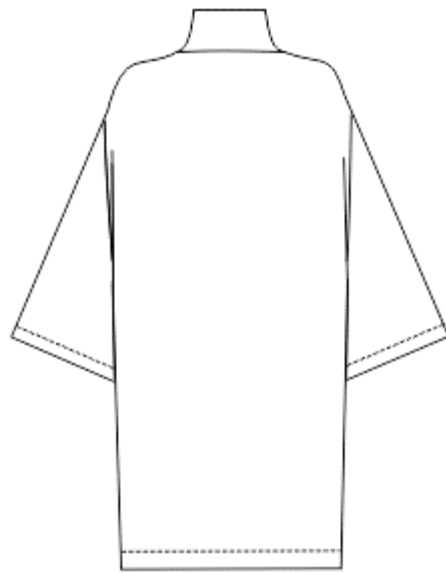
# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-CS4	Segmento: Feminino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

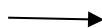
## Descrição

Casaco com manga 7/8 de gola alta e botões de pressão

## Desenho técnico

Frente	Costas
	

## Amostra de tecido



## OBS

Barra do casaco e barra da manga rebatidos e pespontados a 2,5 cm; Forro do próprio tecido



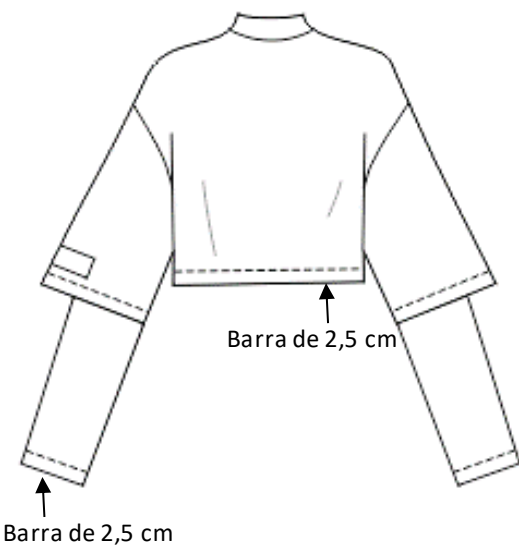
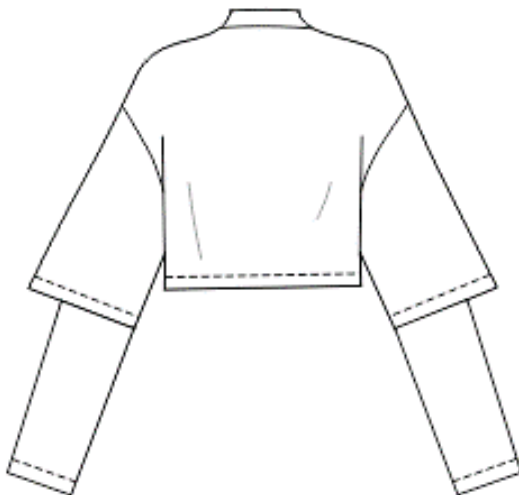
# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-CC1	Segmento: Feminino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

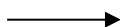
## Descrição

Camiseta cropped com manga embutida e gola do próprio tecido

## Desenho técnico

Frente	Costas
 <p>Barra de 2,5 cm</p> <p>Barra de 2,5 cm</p>	

## Amostra de tecido



## OBS

Barra da blusa e da barra da manga rebatidas com pesponto a 2,5 cm



# HEATWAVE

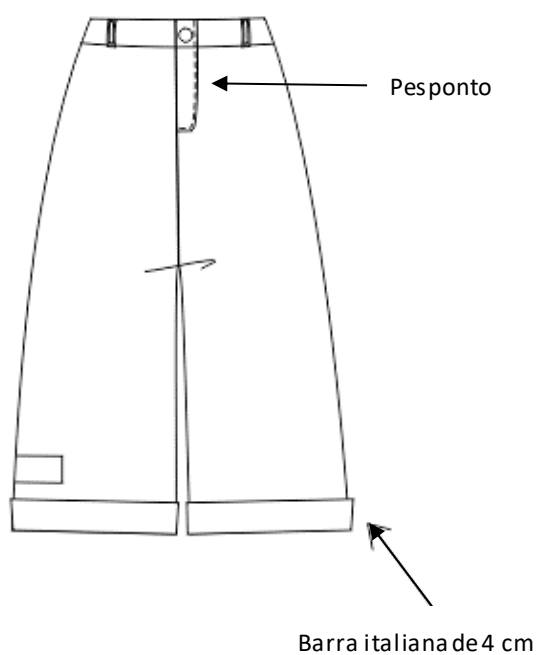
Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-BE2	Segmento: Feminino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

## Descrição

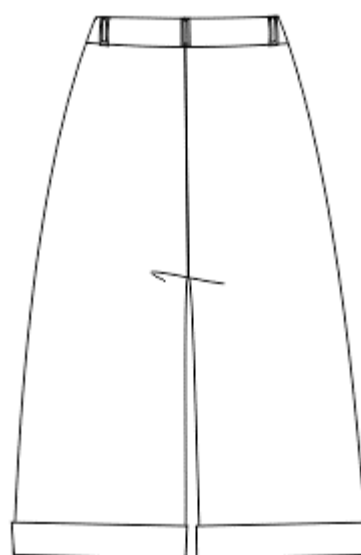
Bermuda cintura alta com barra italiana

## Desenho técnico

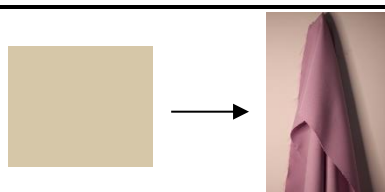
### Frente



### Costas



### Amostra de tecido



### OBS

Zipper com pesponto;  
Barra italiana de 4 cm;

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave		Designer: Beatriz Santos		Data: 16/11/2020	
Referência: SW20-BE2		Segmento: Feminino		Tamanho do protótipo: M	
Marca: Heatwave				Graduação: P-M-G-GG	
Tecidos e Aviamentos					
Insumos	Quantidade	Fornecedor	Cor	Preço (M ou Unidade)	Custo
Lãzinha gabardine	0,90 cm	Tecidos Oliveira	Bege	14,90 m	R\$ 13,41
Zipper de nylon de 15 cm	1 unidade	New Center	Bege	R\$ 0,70 unid.	R\$ 0,70
Botão de acrílico	1 unidade	New Center	Bege	R\$ 0,30 unid.	R\$ 0,30
Linha	1 unidade	New Center	Bege	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 19,90</b>
Sequência Operacional					
Tipo de Opreção	Máquina				
Fechar gancho frente e costas	Reta				
Unir o entre pernas e laterais	Reta				
Pregar zíper	Reta				
Colocar cós	Reta				
Colocar passadores	Reta				
Fazer barra	Reta				
Colocar botão	Manual				
Colocar etiqueta	Reta				

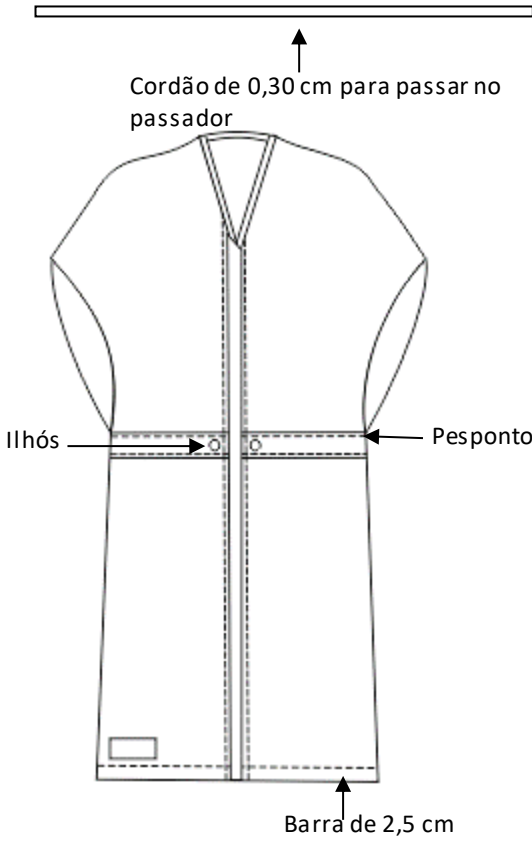
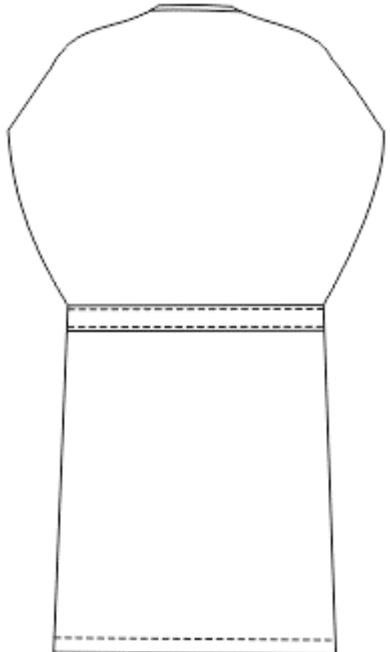
# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-V1	Segmento: Feminino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

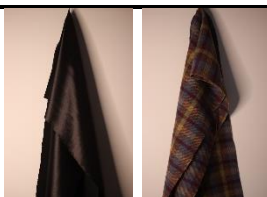
## Descrição

Vestido com forro e com manga japonesa, fecho com botão de pressão coberto e passador de cordão

## Desenho técnico

Frente	Costas
	

## Amostra de tecido



## OBS

Barra rebatida com pesponto a 2,5 cm  
Forro de cetim

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave		Designer: Beatriz Santos		Data: 16/11/2020	
Referência: SW20-V1		Segmento: Feminino		Tamanho do protótipo: M	
Marca: Heatwave				Graduação: P-M-G-GG	
<b>Tecidos e Aviamentos</b>					
<b>Insumos</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Fornecedor</b>	<b>Cor</b>	<b>Preço (M ou Unidade)</b>	<b>Custo</b>
Lãzinha	1,20 m	Tecidos Oliveira	Azul petróleo	R\$ 59,90 m	R\$ 71,88
Cetim	1,20 m	Tecidos Oliveira	Azul petróleo	R\$ 9,99 m	R\$ 11,98
Ilhós	1 unidade	New Center	Azul petróleo	R\$ 1,50 unid.	R\$ 1,50
Cordão	1,30 m	New Center	Azul petróleo	R\$ 0,55 m	R\$ 0,71
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 87,57</b>
<b>Sequência Operacional</b>					
<b>Tipo de Operação</b>	<b>Máquina</b>				
Fechar ombros	Reta				
Fechar laterais	Reta				
Colocar passador de cordão	Reta				
Colocar forro embutido	Reta				
Colocar botões de pressão e pespontar	Manual/Reta				
Fazer barra	Reta				
Colocar etiqueta	Reta				

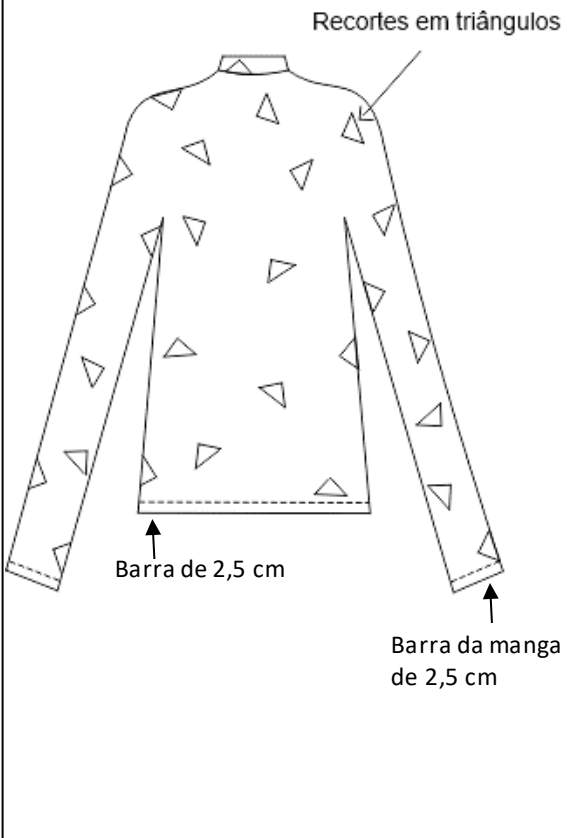
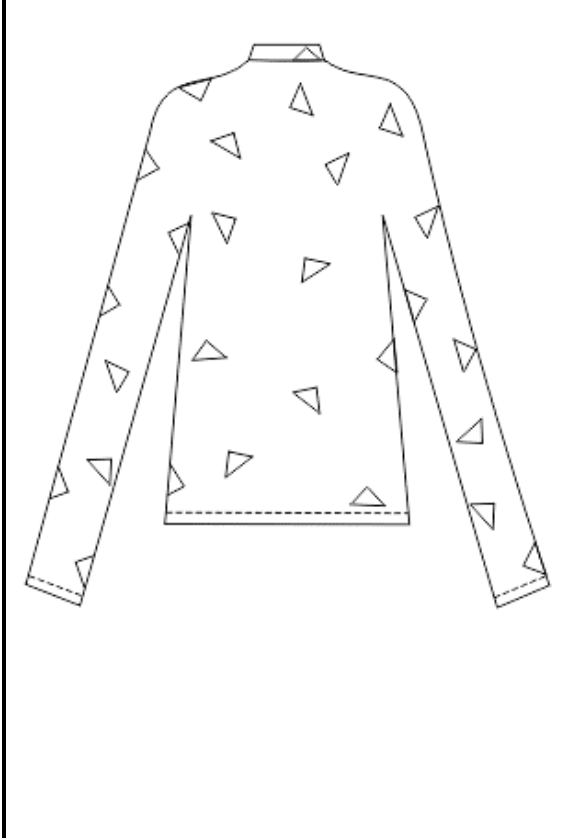
# HEATWAVE

Coleção: Street Wave	Designer: Beatriz Santos	Data: 16/11/2020
Referência: SW20-B8	Segmento: Feminino	Tamanho do protótipo: M
Marca: Heatwave		Gradação: P-M-G-GG

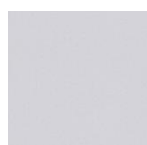
## Descrição

Blusa com recortes triangulares

## Desenho técnico

Frente	Costas
 <p>Recortes em triângulos</p> <p>Barra de 2,5 cm</p> <p>Barra da manga de 2,5 cm</p>	

## Amostra de tecido



## OBS

Barra da blusa e barra da manga de 2 cm

# HEATWAVE

Coleção: Street Wave		Designer: Beatriz Santos		Data: 16/11/2020	
Referência: SW20-B8		Segmento: Feminino		Tamanho do protótipo: M	
Marca: Heatwave				Graduação: P-M-G-GG	
Tecidos e Aviamentos					
Insumos	Quantidade	Fornecedor	Cor	Preço (M ou Unidade)	Custo
Lycra	1,50 m	Tecidos Oliveira	Cinza Claro	R\$ 13,90 m	R\$ 20,85
Linha	1 unidade	New Center	Cinza Claro	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Fio	1 unidade	New Center	Cinza Claro	R\$ 3,99 unid.	R\$ 3,99
Etiqueta fantasia	1 unidade	Primobands	Branco	R\$ 0,37 unid.	R\$ 0,37
Etiqueta de composição	1 unidade	Fio a Fio	Branco	R\$ 0,58 unid.	R\$ 0,58
Tag	1 unidade	Visão Design	Cinza claro	R\$ 0,55 unid.	R\$ 0,55
<b>Total Insumos:</b>					<b>R\$ 30,33</b>
Sequência Operacional					
Tipo de Opreção		Máquina			
Fechar ombro		Overloque			
Colocar mangas		Overloque			
Fechar laterais		Overloque			
Colocar gola		Overloque			
Fazer barra e barra da manga		Overloque			
Colocar etiqueta		Overloque			

## APENDICE C – Pré Projeto

### Coleção de moda streetwear inspirada na cultura tradicional japonesa

#### 1 Tema

Coleção de moda streetwear inspirada na cultura tradicional japonesa

#### 2 Objetivos

##### 2.1 Objetivos gerais

Criar uma coleção de moda a partir da estética e conceito do *streetwear* inspirada na cultura tradicional japonesa.

##### 2.2 Objetivos principais

Criar uma coleção que desperte um olhar de significados na moda, reforçando essa como identidade, a fim de que se reflita além de seus padrões estéticos. E juntamente incentivar a aceitação ao que é novo e distinto, assim como cada indivíduo.

#### 3 Problema

Na Grécia antiga, os gregos deram origem a teoria do belo, levando em consideração que proporções simétricas são o que tornam algo harmônico. Desta forma, a evolução do mundo ocidental com relação ao que é belo, se seguiu em redor deste princípio (ECO, 2010). Considerando que a beleza está no que é semelhante, pode se dizer que, todo o padrão de estética foi idealizado em torno deste pensamento.

O conceito de belo na Estética Grega está fundamentalmente pautado na concepção platônica/aristotélica de mundo e, para eles, a vida e a arte se fazem baseadas em equilíbrio, simetria, harmonia e proporcionalidade. E, até hoje, somos herdeiros dessa tradição, que se projetou no Renascimento, momento histórico no qual tais preceitos foram revisitados, e que permeia o

aspecto racional do juízo de gosto que propagamos na moda ainda hoje. (BÔAS, 2015)

O conceito do belo, ainda se perpetua no mundo ocidental atual, em meio aos padrões dominantes. Sabendo que cada indivíduo é influenciado por pessoas de seu convívio, pode se dizer que, estamos sempre condicionados a seguir padrões. Esses são existentes em várias áreas na vida do ser humano, incluindo beleza, arte, música e claro na moda. Este último, faz com que as pessoas tomem como verdade para si, comportamentos e escolhas que muitas vezes não as cabem e, não as representam, unicamente para que sejam aceitas por determinados grupos sociais. Modelos padrões trazem para o mundo o ato do julgamento a partir das escolhas do outro, tendo como olhar de estranheza qualquer coisa, ou ser que os confronte de alguma forma.

Lembre-se de que, ao andar e conviver com qualquer pessoa, aprendemos com ela e ela conosco. Em outras palavras, estamos natural e inconscientemente modelando-a. Por isso, muito cuidado com as pessoas as quais você se permite conviver, pois sempre existirá troca e modelagem. (VIEIRA, 2017)

## **4 Justificativa**

Tendo como função da moda a comunicação e, a criação de identidade, essas acabam por encontrar dificuldades em cumprir seu propósito, quando padrões de estética ressignificam moda como algo superficial, assim impedindo que as funções desta sejam colocadas em prática devido a pré-julgamentos e conclusões precipitadas. Desta forma, torna se necessário o entendimento real do significado da moda, para que se rompam pré-julgamentos em relação ao que é diferenciado. Assim permitindo que se tenha uma compreensão da moda além de padrões estéticos, mas também como modo expressão.

### **4.1 Justificativa do Tema da Coleção**

O tema definido para a coleção foi a moda *streetwear* inspirada na cultura tradicional japonesa, por essas serem culturas ainda discriminadas na sociedade e enfrentarem preconceitos cada uma por suas particularidades.

A cultura do *streetwear* sendo marginalizada por seus pensamentos, seguidos da estética diferenciada e confrontadora, vista como errônea.

Já a cultura japonesa – e oriental no geral – que são segregados na cultura ocidental por suas diferenças físicas e culturais, tendo suas tradições e aparência diminuídas e menosprezadas.

## 5 Modalidade

A modalidade definida para este projeto consiste na criação de uma coleção e no desenvolvimento de suas etapas, pensada a fim de transmitir a essência desta ao público-alvo. Segundo Rech (2002, p. 68 apud TREPTOW, 2013, p. 37) coleção é “conjunto de produtos com harmonia do ponto de vista estético ou comercial, cuja fabricação e entrega são previstas para determinadas épocas do ano”.

Para uma coleção ser coerente ela deve considerar o perfil do consumidor, identidade ou imagem da marca, tema da coleção e a proposta de cores, materiais e silhuetas (TREPTOW, p. 38, 2013).

Desta forma a coleção será guiada pelo tema da coleção “moda *streetwear* com inspiração na cultura tradicional japonesa”, juntamente com o perfil do público-alvo e a identidade da marca desenvolvida. A partir de uma pesquisa teórica sobre o tema e público-alvo, e criação de painel semântico com referências sobre o tema, que influenciará em todo o desenvolvimento da coleção, como cores, silhuetas e elementos de estilo.

A partir da conclusão dessas etapas, é possível dar continuidade ao desenvolvimento da coleção, criando os croquis a partir dos elementos definidos.

O painel de inspiração para este projeto trouxe referências da cultura tradicional japonesa, o que refletiu em suas cores e formas, tornando as mais sóbrias e afrouxadas, que são essenciais para o desenvolvimento dos 20 looks.

## 6 Metodologia

Para o desenvolvimento deste projeto, serão realizadas pesquisas bibliográficas e um questionário com perguntas fechadas.

As pesquisas bibliográficas consistem na busca de terminados assuntos em livros e artigos já concebidos, a fim de contribuir para o conhecimento e embasamento destes. De acordo com Pizzani, Silva, Bello e Hayashi (2012):

Entende-se por pesquisa bibliográfica a revisão da literatura sobre as principais teorias que norteiam o trabalho científico. Essa revisão é o que chamamos de levantamento bibliográfico ou revisão bibliográfica, a qual pode ser realizada em livros, periódicos, artigo de jornais, sites da Internet entre outras fontes (PIZZANI; SILVA; BELLO; HAYASHI, 2012).

Aplicando no tema do projeto, a pesquisa bibliográfica será norteadada através de buscas em conteúdos sobre o Japão e sua cultura, estilistas japoneses com grande influência na moda, cultura do *streetwear* e o *streetwear* no Japão, a fim de se compreender sobre os assuntos determinados.

A pesquisa quantitativa contribuiu também para o desenvolvimento deste projeto, na criação da coleção e na compreensão do público-alvo. Para esta, foi utilizada um questionário aplicado através da ferramenta online Google Forms, onde foi possível obter informações do público-alvo, como faixa etária, sexo, estilo, a relação com a moda e a aceitação da coleção.

A pesquisa foi aplicada entre os dias 02 de junho à 07 de julho de 2020. Foram efetuadas as perguntas a baixo com seus seguintes intuitos:

1. Qual a sua idade? (Identificar a faixa etária dominante do público)

- 18
- 18 a 21
- 22 a 25
- +25

2. Gênero (Identificar sexo dominante do público)

- Masculino
- Feminino
- Prefiro não informar

3. Como você considera seu estilo? (Identificar estilo dominante do público)

- Básico
  - Despojado
  - Fashionista
4. Você costuma buscar por referências de moda na hora de se vestir?  
(Compreender como é a relação do público com a moda)
- Sim
  - Não
5. Você se veste de acordo com o que gosta, ou costuma levar em consideração a opinião de outras pessoas? (Identificar a influência que outras pessoas exercem no público na escolha do vestir-se)
- Me visto como gosto
  - Considero a opinião de outras pessoas
6. Você considera que a maneira que você se veste condiz com quem você realmente é? (Identificar se o público se sente representado através de suas roupas)
- Sim
  - Não
7. Você usaria roupas no estilo *streetwear* que trazem como inspiração a moda tradicional japonesa? (Identificar a aceitação do público ao tema da coleção)
- Sim
  - Não
  - Talvez

### **6.1 Metodologia de desenvolvimento de coleção**

O desenvolvimento da coleção conta com um planejamento, o qual auxilia na execução de cada etapa desta.

A primeira etapa é a montagem do cronograma da coleção. De acordo com Treptow (2013) “Um cronograma é uma tabela que cruza atividades e datas. A elaboração de um cronograma é parte importante em qualquer projeto que se deseja realizar”. O cronograma para esta coleção deu início a partir do mês de março, com finalização para o mês de novembro.

A segunda etapa conta com a criação da coleção, e projeto para o desenvolvimento dessa.

## 7 Cronograma

Atividades	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.
Escolha do tema	X								
Especificação dos objetivos, delimitação do problema e justificativa		X							
Análise de metodologia			X						
Aplicação do questionário				X	X				
Público alvo					X				
Pré-banca					X				
Planejamento de 20 looks						X			
Painel semântico						X			
Painel de tecidos e texturas						X			
Estudo de formas e cartela de cores						X			
Ficha técnica						X			
Confecção das peças							X		
Definição do Marketing								X	
Conclusão da parte escrita								X	
Banca									X

Fonte: Autoria própria

## 8 Resultados esperados

Esperese através desta coleção despertar ao público um olhar com significados para a moda, além de suas tendências pré-estabelecidas e da moda como ditadora de regras. Tornando possível a partir desta, momentos de reflexão sobre o que de fato é a moda e o que é relevante nesta. Uma vez que essa compreensão ocorre, fica-se livre para desfrutar da moda como ela realmente é, pois o conhecimento liberta.

Consequentemente a partir deste entendimento sobre a moda, proporcionar ao público o olhar para si e, refletir sobre o que os move verdadeiramente no universo da moda, além dos padrões estéticos e superficiais que o mercado transmite.