UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA

FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E COMUNICAÇÃO

Graduação em Design de moda

AMANDA PAULA ALVES

GREGÓRIO SIMONE FREITAS

TAVARES

COLEÇÃO FLOR VERMELHO SANGUE

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS –

SP 2020

UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA

FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E COMUNICAÇÃO

Graduação em Design de moda

AMANDA PAULA ALVES

GREGÓRIO SIMONE FREITAS

TAVARES

COLEÇÃO FLOR VERMELHO SANGUE

Trabalho de Conclusão de curso apresentado à Universidade do Vale do Paraíba, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Design de Moda.

Orientadora: Profa. Especialista, Raquel de A. F. G. de Souza.

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

-SP 2020

Fundação Valeparaibana de Ensino

BIBLIOTECA

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. Titulo.

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.

Amanda

Autor(a) da Obra

Data da defesa: 11 / 12 / 2020

AGRADECIMENTOS

Gostaríamos de agradecer primeiramente aos nossos pais, pois sem a presença e amor incondicional deles em nossas vidas nada disso seria possível. Este projeto é a prova de que seus esforços pela nossa educação valeram a pena.

Aos nossos amigos e familiares, que sempre estiveram ao nosso lado, pelo apoio demonstrado ao longo de todo esse período e pela compreensão da nossa ausência enquanto nos dedicamos para a realização deste trabalho.

A nossa orientadora Prof.ª Raquel de Andrade Ferreira que apesar da intensa rotina de sua vida acadêmica aceitou nos orientar, com todo carinho e confiança necessárias para o desenvolvimento do projeto em questão, as suas valiosas indicações fizeram toda a diferença.

E por fim, agradecemos de coração a todos que direta ou indiretamente estavam presentes na realização deste projeto.

RESUMO

O tema central deste trabalho trata-se de criar uma coleção de biquínis levando em conta o conforto e estilo. A partir das referências coletadas e das pesquisas realizadas, será elaborada uma coleção de moda praia para mulheres modernas inspirada na artista Frida Kahlo. A fim de solucionar as necessidades de conforto do público feminino, tendo em vista que essa parte do mercado da moda praia está carente de produtos com essa proposta. O projeto contou com as pesquisas exploratórias, bibliográficas, documentais, e pesquisa de campo de caráter quantitativo para sua realização.

Palavras-chave: Moda praia; Frida Kahlo; Conforto.

ABSTRACT

The central theme of this book is the adequacy of bikini modeling taking comfort into account. Based on the references collected and the research carried out, a collection of beachwear for modern women inspired by the artist Frida Kahlo will be created. In order to solve the comfort needs of the female audience, considering that this part of the beach fashion market is lacking in products with this proposal. The project included exploratory, bibliographic, documentary research and field research with a quantitative character for its realization.

Keywords: Beachwear; Frida Kahlo; Comfort.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Mulheres egípcias a tear 14

Figura 02 - Mosaico Romano “garotas de biquíni” 15

Figura 03 - Roupas de banho do século XVIII 16

Figura 04 - Roupa de banho do século XIX 17

Figura 05 - Annette Kellerman usando o primeiro maiô 17

Figura 06 - Micheline Bernardini vestindo o primeiro biquíni 18

Figura 07 - Frida Kahlo, 1932 22

Figura 08 - Frida Kahlo aos 6 anos de idade 23

Figura 09 - Frida Kahlo aos 18 anos de idade, 1926 24

Figura 10 - La columna rota (A coluna quebrada) - 1944 24

Figura 11 - Frida Kahlo e Diego Rivera 25

Figura 12 - Recuerdo (El corazón) (Coração partido) - 1937 26

Figura 13 - Las dos Fridas (As duas Fridas) - 1939 27

Figura 14 - Henry Ford Hospital (La cama volando) (A cama voando) - 1932 28

Figura 15 - Frida Kahlo, 1930. 29

Figura 16 - Carmen Verônica nos anos 50 31

Figura 17 - Rose di Primo com biquíni cortininha 32

LISTA DE PAINÉIS

Painel 1: Mapa da coleção 42
Painel 2: Referência.....44
Painel 3: Tecidos.....45
Painel 4: Tecidos.....45
Painel 5: Aviamentos.....46
Painel 6: Cores. 47
Painel 7: Estampa.....48

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 - Faixa etária.....35
Gráfico 02 - Renda mensal.....36
Gráfico 03 - Localização geográfica.....36
Gráfico 04 - Disposição de gastos com o produto.....37
Gráfico 05 - Tipos de lojas de consumo.....38
Gráfico 06 - Familiaridade do consumidor com o produto.....38
Gráfico 07 - Aceitação do produto.....39
Gráfico 08 - Tops preferidos das consumidoras.....40
Gráfico 09 - Calcinhas preferidas das consumidoras.....40

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 - Dimensões do conforto.....19
Tabela 02 - Classe econômica da renda salarial familiar.....35

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIT - Associação Brasileira da Indústria

Têxtil. IEMI - Inteligência de Mercado.

SEBRAE - Sistema Brasileiro de Apoio às Micro e às Pequenas Empresa

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 13

CAPÍTULO 1. PRINCÍPIOS BÁSICOS PARA A REALIZAÇÃO DO PROJETO 14

1.1 Moda: Origem 14

1.2 Moda praia 15

1.1 Conforto 19

1.1.1 conforto na moda 20

1.2 Frida Kahlo 21

CAPÍTULO 2. HISTÓRICO DO PRODUTO 30

2.1 Panorama histórico do biquíni 30

CAPÍTULO 3. PÚBLICO-ALVO 34

3.1 Resultado da pesquisa Público-alvo 34

3.1.1 Dados demográficos e geográficos do público 34

3.1.2 Familiarização do público com o produto oferecido 37

3.2 Definição do público-alvo 41

CAPÍTULO 4. COLEÇÃO FLOR VERMELHO SANGUE 42

4.1 Tendência de moda 43

4.2 Tema, tecidos e cartela de cores 43

4.3 Estampas 47

4.4 Fichas técnicas 49

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS 50

REFERÊNCIAS 51

APÊNDICE A: Pré-projeto 53

1.1.2 Objetivos específicos 53

2 Problema 53

3 Justificativa 54

4 Metodologia 55

4.1 Pesquisa exploratória 55

4.1.1 Pesquisa bibliográfica 57
4.1.2 Pesquisa documental 57
4.1.3 Pesquisa quantitativa 58
4.1.3.1 Questionário 58
4.1.3.2 Questionário de pesquisa de público-alvo 59
5 CRONOGRAMA 60
APÊNDICE A. 61
APÊNDICE B. 61
APÊNDICE C 63
APÊNDICE D 64
APÊNDICE E 65
APÊNDICE F 66
APÊNDICE G 67
APÊNDICE H 68
APÊNDICE I 69
APÊNDICE J 70
APÊNDICE K 71
APÊNDICE L 72
APÊNDICE M 73
APÊNDICE N 74
APÊNDICE O 75
APÊNDICE P 76
APÊNDICE Q 77
APÊNDICE R 78
APÊNDICE S 79
APÊNDICE T 77
APÊNDICE U 81
APÊNDICE V 82
APÊNDICE W 83
APÊNDICE X 84

APÊNDICE Y 85
APÊNDICE Z 86
APÊNDICE AA 87
APÊNDICE BB 88
APÊNDICE CC 89
APÊNDICE DD 90
APÊNDICE EE 91
APÊNDICE FF 92

1 INTRODUÇÃO

Este projeto tem como objetivo desenvolver uma coleção de moda praia para mulheres modernas que priorizam o conforto e pertencem á classe D. A coleção foi inspirada na artista Frida Kahlo, mais especificamente nas suas obras mais famosas, explorando suas cores, formas e propósito, mostrando sua força e dedicação.

A coleção tem como proposta levar conforto para as mulheres, ajustando as modelagens dos biquínis convencionais, que de acordo com as pesquisas exploratórias, ainda é um ramo mercadologicamente fraco. Por meio das pesquisas, percebe-se que os consumidores sentem falta desse tipo de produto. As pesquisas também demonstram que esse tipo de bíquini tem boa aceitação, pois trata-se de peças mais confortáveis e com uma temática que remete á força feminina.

Considerando esse cenário, pode-se perceber um mercado favorável devido a pouca exploração de produtos com a função de ser confortável no nicho da moda praia. Este projeto propõe inserir no mercado da moda peças desenvolvidas especialmente para este público através de uma coleção rica em cores e estampas, desenvolvida por meio de pesquisas exploratórias, documentais e quantitativas, tendo em vista a contribuição mais inclusiva para o universo da moda praia.

CAPÍTULO 1. PRINCÍPIOS BÁSICOS PARA A REALIZAÇÃO DO PROJETO.

1.1 Moda: Origem

Segundo o dicionário Aurélio (2002) a moda é “uso, hábito ou estilo geralmente aceito, variável no tempo, e resultante de determinado gosto, meio social, região, etc. Uso passageiro que regula a forma de vestir, etc.” Assim pode-se perceber que a moda é um conjunto de opiniões e gostos, que está relacionado em nosso dia a dia, modo de agir, viver e sentir coletivos.

De acordo com Pollini (2009) estima-se que as agulhas feitas de marfim foram utilizadas para costurar couro cerca de 40.000 a.C., já o tear há vestígios de tenha sido criado há cerca de 9.000 a.C.

De acordo com Treptow (2013) a roupa vem acompanhando o homem desde o início de sua evolução. Para enfrentar climas adversos, os homens se cobriam com pele de animais, amarrados sobre o corpo, tornando o homem mais agasalhado contra o frio e protegido de espinhos e vegetais, porém dificultando seus movimentos ao fugir de predadores.

As primeiras civilizações, como os assírios, babilônicos e egípcios, desenvolviam vestimentas diferentes, porém com uma característica em comum. “Não se tratavam mais de peles amarradas sobre o corpo, mas de fibras naturais tecidas, como lã e linho.” (TREPTOW, 2013, p.20).

Figura 01 - Mulheres egípcias a tear.

Fonte: Livro Inventando moda: Planejamento de Coleção.

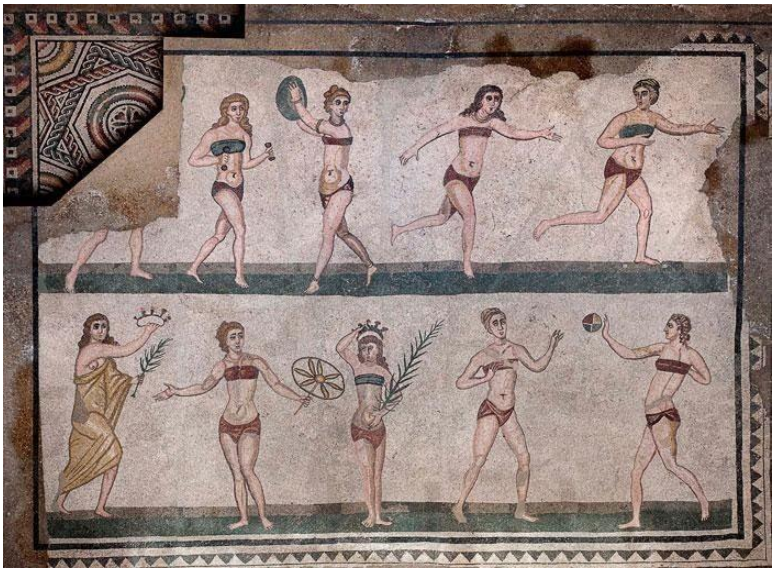
> [...] a roupa era uma forma de identificar a condição do indivíduo dentro da sociedade, existindo inclusive leis suntuárias que proibiam o uso de um ou outro traje, pois tais eram privilégio da nobreza ou do governante maior. No Império de Bizâncio (atual Istambul). os tecidos tingidos de púrpura eram privilégio do imperador e de sua esposa; as demais pessoas, nem mesmo os membros da corte, poderiam fazer uso daquela cor. Até o final da Idade Média, podemos constatar que exista indumentária, roupa, mas não moda." (TREPTOW, 2013, p.20).

A moda surgiu após o homem passar a valorizar-se através da diferenciação dos demais por meio da aparência, um momento histórico que pode-se traduzir como individualização. Assim, de acordo com Treptow (2013) a moda tem a diferenciação de uns e identificação com outros, "a moda se dá através da cópia do estilo daqueles a quem se admira." Dessa forma, no que concerne a moda as pessoas passam a ser influenciáveis, mudando sua forma de vestir e começam a variar estilos conforme a época.

1.2 Moda praia

Os primeiros vestígios da moda praia são de cerca de 1.700 anos atrás, mais precisamente em um mosaico romano, onde pode-se observar mulheres vestindo uma espécie de saiote e bustiê praticando esportes na beira da praia (SEBRAE *et.al*, 2015).

Figura 02 - Mosaico Romano "garotas de biquíni".



Fonte: Italian Ways.

Contudo o primeiro traje de banhos foi instituído no século XVIII e tratava-se de um vestido que ia até a altura dos joelhos e uma calçola que

cobria os tornozelos, ambos feitos de tecidos grossos como lã, lona e flanela para que não ficasse transparente em contato com a água, era costume também frequentar a praia de meias e sapatos.

Figura 03 - Roupas de banho do século XVIII.

Fonte: Google Arts and Culture.

Em meados do século XIX os trajes de banho passaram por mudanças, de certa forma até controversas para a época, passava-se a usar “calças”, que eram peças restritas ao uso masculino, ainda com uma modelagem mais afastada do corpo, mas confeccionadas com tecidos mais leves. Essa mudança ocorreu devido ao apreço pelos esportes que nascia naquela época.

A próxima mudança nos trajes de banho vem acompanhada de polêmica; o Professor de História Nei Nordin explica que no início do século XX a então nadadora Annette Kellerman, é presa por atentado ao pudor em Massachusetts, após aparecer com um traje de banho único, justo ao corpo que salientava suas curvas femininas e ajudava na aerodinâmica dentro da água, peça essa que mais tarde se tornaria o tão conhecido maiô.

Figura 04 - Roupa de banho do século XIX.

Fonte: Google Arts and Culture.

Figura 05 - Annette Kellerman usando o primeiro maiô.

Fonte: Google Arts and Culture.

Logo após o choque o maiô ganhou visibilidade e caiu no gosto das mulheres da época sendo confeccionado em tecidos de nylon e ganhando mais modelagens, babados, recortes, estampas, alças finas e etc.

> Louis Réard apresentou duas peças pequenas de roupa, classificando-as como “o menor maiô do mundo”. Curvas à mostra, umbigo de fora e o cara tinha a certeza de que iria chocar o mundo com o bem bolado que mal cabia na Ana Maria. De fato, ele não estava errado. Não é à toa que a famosa editora de moda Diana Vreeland (1903-1989) disse uma vez que o biquíni “é a invenção mais importante do século 20, depois da bomba atômica.”(WAICHENBERG, 2015, p.17).

Engenheiro automotivo francês, Réard criou o biquíni em 1946, um ano após o término da segunda guerra mundial, o “ maiô de duas peças” chocou a todos que o viram no corpo de Micheline Bernardini, dançarina do Cassino de Paris, a única que se dispôs a usar o modelito ousado do engenheiro. Entretanto, o biquíni só começou a ser usado por grande parte das mulheres nos anos 50 após a atriz Brigitte Bardot aparecer com um no filme de 1956 “E Deus Criou a Mulher” de Roger Vadim.

Figura 06 - Micheline Bernardini vestindo o primeiro biquíni.

Fonte: Vogue Brasil

1.1 Conforto

Segundo Schimid (2005) a palavra conforto é de origem latina *confortare*, que significa fortalecer, consolar. O conforto é um “estado agradável de harmonia fisiológica, psicológica e física entre o ser humano e o ambiente.” (SLATER, 1986).

> As interações corpo-vestuário tanto térmicas como mecânicas desempenham funções muito importantes de determinação do estado de conforto do portador, assim como os ambientes externos (físico, social e cultural). (ALENCAR; BOUERI, 2012, p.2).

Percebe-se que a percepção subjetiva do conforto tem processos complicados de “psicologia sensorial”, no qual se reflete ao cérebro, grande número de estímulos do vestuário e de ambientes externos, provocando uma definição aceita para o conforto que é “a ausência de dor e de desconforto em estado neutro.” (SLATER, 1997)

A visão do conforto total se subdivide em quatro aspectos fundamentais, eles são:

Tabela 01 - Dimensões do conforto.

Conforto	**Descrição**
Termo fisiológico	Traduz um estado térmico e de umidade à superfície da pele, que envolve a transferência de calor e de vapor d’água.
Sensorial de “toque”	Conjunto de várias sensações neurais, quando uma superfície entra em contato direto com a pele.
Ergonômico	Capacidade que um produto tem de permitir a liberdade dos movimentos do corpo.
Psico-Estético	Percepção subjetiva da avaliação estética. com base na visão, no toque, na audição e no olfato, que contribuem para o bem-estar total do portador.

Fonte:BROEGA, 2008

De acordo com Broega (2009) o conforto está relacionado com a percepção subjetiva de várias sensações, no qual abrange diversos aspectos sensoriais humanos e que assim devem ser buscados como objetivo no final dos produtos.

1.1.1 conforto na moda

A burguesia urbana foi condição primordial para o surgimento do conforto. “A domesticidade, a privacidade, o conforto, o conceito da casa e da família: estas foram, literalmente, as principais realizações da era burguesa” (RYBCYNSKI *apud* SCHIMID, 2005).

Um movimento no século XIX, conhecido por Vitorianismo, impulsionado pelos primeiros produtos feitos de decoração em uma escala industrial, terminando a inocência em relação ao conforto (ALENCAR; BOUERI, 2012). Assim, foi o que constatou William Morris no movimento *Arts and Crafts*[1] no qual as pessoas procuravam por conforto de forma consciente, no entanto sem necessidade de um bom resultado.

Segundo Crowley *apud* SCHIMID, 2005 (1919) até 1900, o conforto tinha se tornado uma prática e também um valor, enraizado na cultura, afirma.

> [...] um elemento definidor na identidade de classe. As pessoas além de desfrutar do conforto, este era requerido para se fazer respeitar. Como um ideal da vida civilizada, ele justificava o consumo. Superou a aversão moral ao luxo, ocultando o desejo de objetos de moda sob o véu de um desejo aparentemente natural (ALENCAR; BOUERI, 2012).

Por tanto, com a grande evolução no mercado de produtos de moda, o conforto tornou-se uma ferramenta fundamental para os designers a serem aplicados em projetos ergonômicos na metodologia.

O conforto é uma das principais características observadas pelo consumidor no momento da compra de um produto. “Isto se deve ao comportamento do homem moderno, o estilo de vida agitado com jornadas de trabalho mais longas faz com que haja uma crescente busca pelo bem-estar durante todo o dia” (ALENCAR; BOUERI, 2012).

Por isso, o usuário não deve sentir desconforto na utilização e contato com o produto, e para que isso ocorra, deve-se compreender todos os aspectos que influenciam

[1] Foi um movimento estético surgido na Inglaterra na segunda metade do século XIX. Defendia o artesanato criativo como alternativa à mecanização.

influenciam o conforto para os produtos de moda, com o objetivo de melhorar a usabilidade e a funcionalidade, por meio do design e do avanço tecnológico.

> Os produtos de moda e vestuário devem ser confortáveis, permitindo todos os movimentos. Devem possibilitar a mobilidade sem prejudicar a circulação e a função respiratória, oferecendo proteção ao corpo e resistência ao desgaste físico aos cortes e desconforto. Faz parte desse relacionamento a busca pela felicidade, pelo tecido ideal, traduzido em conforto. Consciente ou inconscientemente procuramos manter ou melhorar nosso estado de conforto, físico ou psicológico. (MARTINS; MARTINS, 2018, p.121).

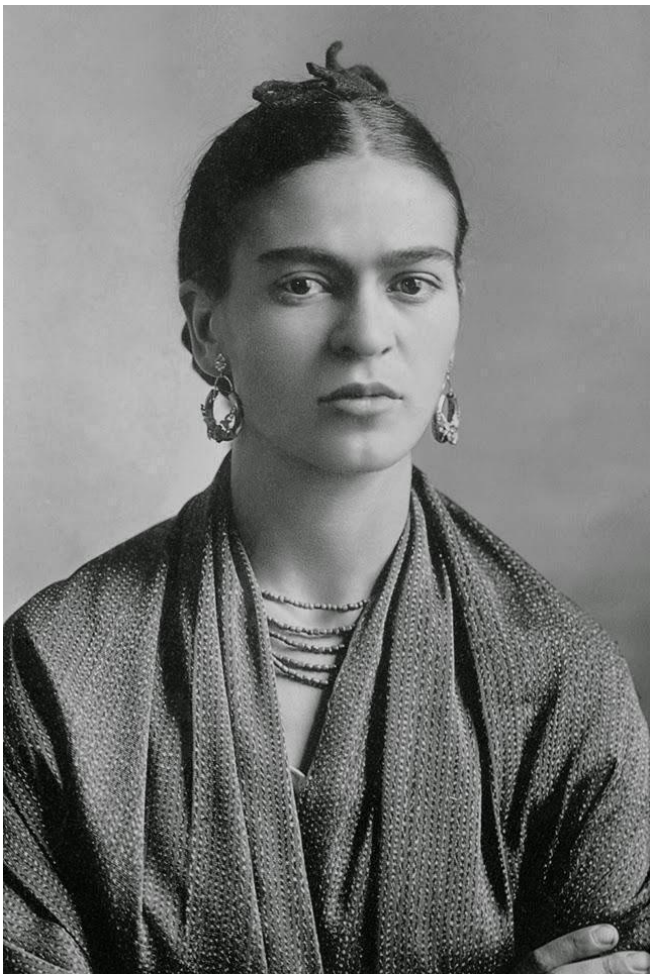
Dessa forma, o produto de moda deve ser um dos mais importantes objetivos quando se projeta uma peça de moda.

Se a roupa é considerada nossa segunda pele, não é possível falar em design de vestuário sem citar o conforto, pode-se dizer até que o design de vestuário e o conforto são inseparáveis. Mesmo que um implique o outro, na última instância o “design” no sentido projetual não pode ser bem sucedido se não houver o componente da ciência e do conforto. Estudos mostram que atualmente os consumidores estão mais preocupados com roupas que os deixem confortáveis (SCHIMID, 2005).

1.2 Frida Kahlo

Herrera (2008) afirma que a pintora mexicana Magdalena Carmen Frida Kahlo y Calderon, ou simplesmente Frida Kahlo, terceira filha de Guillermo e Matilde Kahlo, nasceu em Coyoacán, no México dia 6 de julho de 1907. Seus dois primeiros nomes foram dados para que ela pudesse ser batizada com nome cristão. O terceiro e o que sua família sempre usou, significa “paz” em alemão, entretanto em sua certidão de nascimento encontra-se a grafia “Frida”, porém o nome da pintora foi escrito incluindo a letra e “Frieda” à moda alemã, onde até o final da década de 1930 ela abandonou a letra pelo motivo da ascensão do nazismo na Alemanha.

Figura 07 - Frida Kahlo, 1932



Fonte: Vintag, 2014

Segundo (ORSINI *et.al*, 2008) aos seis anos de idade Frida teve sua primeira experiência com o sofrimento, onde atribuiu as sequelas de poliomielite aguda.

> Como consequências destacam-se a hipotrofia do membro inferior direito e a atrofia do pé direito, o que provocou, na futura artista, intenso padecimento ao ser apelidada de “Frida perna de pau”. A partir disso, começou a usar calças – depois, longas e exóticas saias– indumentárias que se tornaram, mais tarde, uma de suas marcas registradas (ORSINI *et.al*, 2008, p. 5-12).

Figura 08 - Frida Kahlo aos 6 anos de idade.

Fonte: Vintag, 2014

De 1922 a 1925, de acordo com (SIQUEIRA-BATISTA *et.al*, 2014) passou a frequentar a Escola Nacional Preparatória, sonhando em cursar medicina, e interrompendo o mesmo aos 18 anos após se envolver em um acidente grave entre um bonde e um ônibus, onde sofreu vários ferimentos e fraturas, exigindo bastante tempo para a sua recuperação. Pode-se dizer que este acidente foi um dos fatores determinantes para o princípio de suas pinturas. Durante sua recuperação, Frida tinha sobre um dossel, que cobria a cama, um espelho, onde retratava a si própria, tornando o autorretrato grande parte de suas obras. “A partir de então, paulatinamente, Frida se tornaria uma artista mundialmente reconhecida, em uma trajetória matizada por diferentes experiências [...]”.

Figura 09 - Frida Kahlo aos 18 anos de idade, 1926.

Fonte: Vintag, 2014

Ainda segundo o autor, na tela *A coluna quebrada* (1944), Frida retrata a intensa dor que sentia, usando um colete de aço, mostrando seu corpo aberto, onde está inserida uma coluna jônica dividida em vários lugares, assim simbolizando sua coluna vertebral ferida. Os pregos encravados presentes em seu corpo são a demonstração da dor sentida por ela, resultando o infindável martírio.

Figura 10 - *La columna rota* (A coluna quebrada)

Fonte: Museo Dolores Olmedo Fonte

> A solidão, metaforizada pela paisagem desértica, reforça o sofrimento de sua condição. Nos esforços para aliviar a própria dor, ela se submeteu a várias cirurgias ortopédicas - com o objetivo de reparação de coluna -. tanto no México como nos Estados Unidos, sem obter melhora das queixas. O corpo aberto sugere a cirurgia. (SIQUEIRA-BATISTA *et.al*. 2014).

A expressão do sofrimento de Frida por meio da arte mostra diversos momentos da vida da pintora. Apesar de ter usado a pintura para as pessoas compreenderem suas angústias diante das tragédias que marcaram sua vida para sempre, “as adversidades em seu caminho não a impediram de ser uma mulher dinâmica e engajada cultural e politicamente, aspecto vociferado em suas telas.” (SIQUEIRA-BATISTA *et.al*, 2014).

Em 1929, com 22 anos, Frida casou-se com Diego Rivera, um importante pintor do “Muralismo Mexicano”, eles se conheceram em 1928 quando Frida afiliou-se ao Partido Comunista Mexicano. A identificação artística e ideias dos dois, foi um grande ingrediente para o casamento intenso e conturbado vivido por ambos, com muitos desentendimentos, infidelidade e dor. Frida amou Rivera amou incondicionalmente até o final de sua vida. “O matrimônio de Frida e Diego foi uma sucessão de aproximações e separações. momentos de grande ternura e de intensa dor, raiva, dependência, construção e destruição.” (BASTOS; RIBEIRO, 2007).

Figura 11 - Frida Kahlo e Diego Rivera.

Fonte: Frida Kallo

Segundo Bastos e Ribeiro (2007), os dez primeiros anos do casamento de Frida foram marcados por diversas mudanças, três abortos espontâneos e três cirurgias importantes. Diversas de suas obras mostram suas angústias e sofrimento durante esse período, uma delas é a obra *O coração partido*, na tela é destacado o desespero e desilusão vivenciado por Frida.

Figura 12 - *Recuerdo (El corazón)* (Coração partido) - 1937.

Fonte: Colección de Michel Petitjean Paris, França.

“No quadro, Frida ilustra um enorme coração partido aos seus pés, expressando, conjecturando-se, a intensidade de sua dor pelo romance do marido com sua irmã Cristina.” (SIQUEIRA-BATISTA *et.al*, 2014). No mesmo quadro é possível observar que Frida está de cabelos curtos, uma forma de irritar Rivera. As roupas européias ao seu lado fazem referência ao período em que Frida e Diego estavam separados. Seu pé esquerdo sob a água, faz referência a uma cirurgia que fez. O uniforme escolar ao fundo, pode estar relacionado á época em que Frida

conheceu Diego, na escola.

A obra *As duas Fridas* retrata a separação de Frida e Diego. Pintada após seu divórcio com Rivera, Frida admitiu que a pintura era reflexo das emoções que teve em sua separação e as crises durante esse período (FERNANDES, 2008). A pintura mostra-nos duas personalidades diferentes de Frida - através de duas mulheres opostas -, uma representada pela Frida mexicana e a outra pela Frida europeia, a mexicana traz em suas mão um amuleto retrato de seu ex-marido Diego Rivera quando criança.

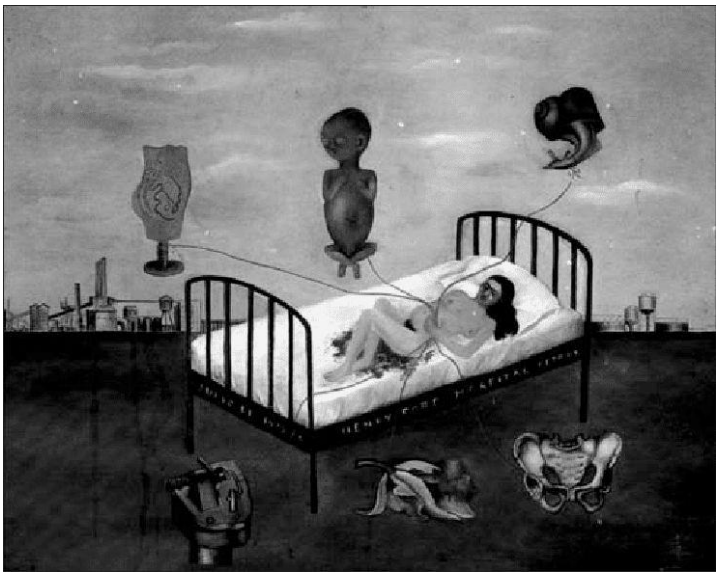
"Essas personagens simbolizam, respectivamente, a mulher amada e respeitada por Rivera e aquela rejeitada pelo pintor." Mesmo que somente a rejeitada esteja escorrendo sangue, os dois corações expostos, ligados por um vaso sanguíneo, retratam o sofrimento de Frida com o fim do casamento (FERNANDES, 2008).

Figura 13 - *Las dos Fridas* (As duas Fridas) - 1939.

Fonte: Museo de Arte Moderno, Ciudad de México, México.

Além de todo o sofrimento com seu casamento conturbado e seu acidente, Frida ficou impossibilitada de ser mãe, devido ao acidente, onde ela sofreu uma fratura na pélvica. Frida também retratou sua intensa amargura, na tela *Henry Ford Hospital.*

Figura 14 - *Henry Ford Hospital (La cama volando)* (A cama voando) - 1932.



Fonte: Colección de Dolores Olmedo Patiño, Ciudad de México.

Na obra ela retrata o seu segundo aborto, por meio de imagens com diversos simbolismo. Em torno de Frida, é possível observar seis objetos:

> Um modelo anatômico da pelve, um feto, um caracol, uma autoclave, uma orquídea e uma pelve óssea. Cada um está ligado a uma fita vermelha - possivelmente representando um vaso sanguíneo ou um cordão umbilical - que a artista tem nas mãos. O modelo anatômico da pelve feminina sugere a objetivação do corpo como meros órgãos a serem inspecionados e manipulados por médicos. O feto masculino, perfeitamente formado, representa a nova vida pela qual Kahlo havia ardentemente esperado. O caracol simboliza a insuportável lentidão com que o aborto ocorreu. A autoclaverepresenta sua apreensão com a possibilidade de o acidente tê-la tornado estéril. A orquídea, um presente de Diego, pode aludir à genitália externa feminina, ao passo que a pelve óssea sugere a inerente fragilidade do corpo humano, conforme fora revelada em seu acidente. (SIQUEIRA-BATISTA, 2014).

De um lado Frida mostra seu corpo artisticamente como projeção externa de sua dor, e assim seu outro lado é recebedor de sofrimento, representando a dor como um sentimento compartilhável. Desse modo, Frida através da expressão da exteriorização de sua anatomia interna, ela transmite toda diversidade de sua experiência.

É possível observar que a principal inspiração de Frida para suas pinturas e

fotografias, foram suas angústias e dificuldades para lidar com suas condições. “Suas obras tinham forte influência de sua identificação com o povo e cultura mexicana, com cores fortes, símbolos folclóricos e referências indígenas.” (DILKIN, 2019).

Figura 15 - Frida Kahlo, 1930.

Fonte: Vintage, 2014

Durante toda sua vida, de acordo com Dilkin (2019), Frida Kahlo nunca se mostrou feminista, porém era muito improvável não ver na sua vida e obras um feminino rebelde contra a condição social das mulheres da época. Frida viveu muito à frente de seu tempo, nunca escondeu sua bissexualidade, e quebrou diversos tabus. A artista não se encaixava nos padrões estéticos da época, mas não fazia questão de estar. Com toda sua força, conquistou espaço no meio artístico, usando sua vestimenta tehuana, característica de mulheres mexicanas independentes. Assim, através de suas obras, acabou inspirando diversas mulheres, se tornando um símbolo para o movimento feminista.

Em 1954, aos 47 anos, Frida morreu, decorrente de uma embolia pulmonar, causada por uma forte pneumonia, na cidade em que nasceu. Sobre sua morte há diversas teorias, e uma delas é de que ela possa ter falecido por uma overdose de remédios, proposital ou não, pois alguns meses antes ela teria tentado se suicidar.

CAPÍTULO 2. HISTÓRICO DO PRODUTO

2.1 Panorama histórico do biquíni

Neste ponto será apresentado uma análise histórica do Biquíni, produto central deste trabalho, visto que o mesmo servirá de base para a coleção autoral que será desenvolvida.

Com intuito introdutório, o significado etimológico da palavra Biquíni segundo o dicionário Dicio é “Maiô de duas peças de dimensões reduzidas. (A palavra provém de Bikini, ilha do Pacífico, onde se realizaram experiências com a bomba atômica, a partir de 1946.).”

Os anos 40 trouxe consigo um grande marco na moda como um todo, mas principalmente para a moda praia; de acordo com Waichenberg (2015) em maio de 1946 o engenheiro automotivo Louis Réard criou duas peças que seriam tão “bombásticas” quanto a bomba nuclear que estava sendo testada na mesma época no Atol de Bikini, uma ilha no Pacífico, que inspirou o nome do maiô de duas peças, o Biquíni. A primeira vez que o Biquíni foi visto no Brasil foi em 1948, vestido pela modelo alemã Miriam Etz no Rio de Janeiro, as peças confeccionadas por ela mesma causaram alvoroço na praia da cidade maravilhosa.

Nos anos 50 enquanto o biquíni fazia sucesso no exterior no corpo de mulheres como Brigitte Bardot e Sophia Loren,mesmo tendo seu uso proibido em vários países; no Brasil o maiô de duas peças ganhou popularidade nos dias ensolarados de copacabana vestido pela vedete Carmem Verônica, que atraia multidões para ver-la.

Figura 16 - Carmen Verônica nos anos 50

Fonte: O EXTRA 2016

> Com as mulheres buscando sua independência, o biquíni era uma forma de expressar a liberdade. Mesmo assim, no Brasil, em pleno regime de ditadura, o presidente Jânio Quadros resolveu proibi-lo nas praias brasileiras. Como tudo que é proibido é melhor, o uso de biquínis cresceu, atingiu o auge da popularidade, enquanto o que diminuía era o tamanho. (WAICHENBERG, 2015, p.24).

Nos anos 70 foi criado no Brasil uma das peças mais icônicas quando se diz respeito a moda praia, a cortininha, que após causar espanto caiu no gosto das mulheres da época, o modelo foi introduzido pela atriz Rose di Primo e é o queridinho das brasileiras até hoje.

Figura 17 - Rose di Primo com biquíni cortininha

Fonte: Female World 2013

Em 80 as curvas da mulher brasileira ganha cada vez mais os holofotes e fica cada vez mais amostra, e para isso nascem dois grande conhecidos da moda praia atual, o asa delta e o fio dental.

> Nos anos 80, com o início do culto ao corpo, a maldita paranoia da malhação, o Brasil vai chocar o mundo com o “fio dental”, que deixa quase todo o bumbum à mostra. Muita calma nessa hora. Tudo começa com a seguinte regra: lycra brilhante, sutiã retorcido e nenhuma estrutura no bojo. Cores fortes, como verde-limão e rosa-pink. Assim era o biquíni dos anos 80. Nessa década, apresentaram-se o sunquíni e o enroladinho, que disparou uma mania de enrolar as laterais para que a calcinha ficasse mais cavada. Isso acabou inspirando os estilistas a criarem o modelo chamado de “asa-delta”. O biquíni fio-dental é uma evolução do asa-delta, sendo lançado no Brasil e somente no Brasil.(WAICHENBERG, 2015, p.25).

Desde então o biquíni vem ganhando diferentes formas e adereços como cintos, bordados, correntes e etc, com tecidos cada vez mais tecnológicos o maiô de duas peças está presente no guarda roupa da maioria das brasileiras.

CAPÍTULO 3. PÚBLICO-ALVO

O direcionamento do público-alvo é o elemento crucial no planejamento de coleção, ele é o definidor da precificação, temática, materiais, entre outros componentes de bastante importância para o processo criativo da coleção.

De acordo com Treptow (2013) público-alvo “é o grupo de consumidores e compradores potenciais para um determinado produto.” Existem diversos tipos de públicos-alvo, e para que possamos conhecê-los melhor, eles são divididos de acordo com a característica das pessoas, sendo elas geográficas, demográficas, psicográficas ou comportamentais.

A coleção recomenda a introdução de uma moda praia feminina mais moderna e confortável, por isso ela seria destinada a compradoras dispostas a adotar esse novo projeto. Para ser possível estudar o público, foi realizada uma pesquisa quantitativa com 82 mulheres de um grupo, no *Facebook* “Mulheres empoderadas”, aplicado por um site *on-line* de pesquisa - Google Forms: site gratuito para elaborar questionário de estudos.

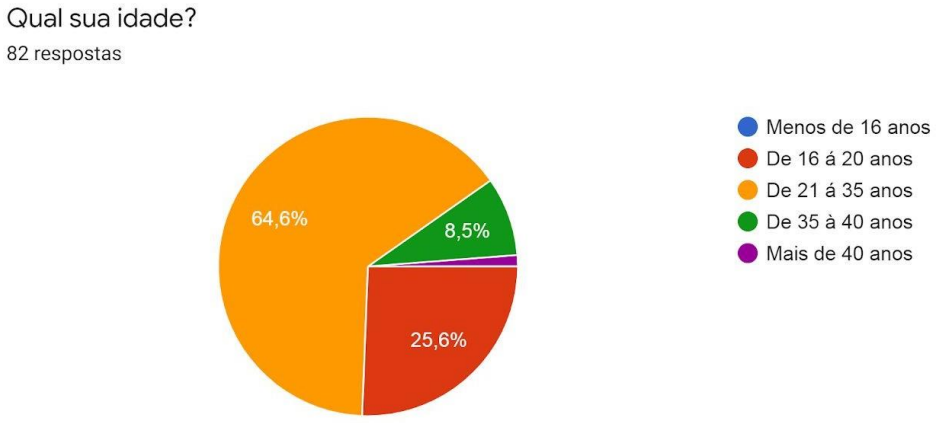
3.1 Resultado da pesquisa Público-alvo

3.1.1 Dados demográficos e geográficos do público

Através da pesquisa direcionada ao público feminino, podem-se encontrar fatores consideráveis, começando pelas características demográficas e geográficas, elaborando gráficos e auxiliando na análise dos resultados obtidos na pesquisa.

Pode-se constatar que do público que se prontificou a responder o questionário, em grande parte, possui faixa etária de 21 a 35 anos, totalizando uma porcentagem de 64,6%, assim em seguida, as de faixa etária de 16 á 20 com 25,6%, às da faixa etária de 35 á 40 anos obteve 8,5%, e as de mais de 40 anos, com 1,2%.

Gráfico 01 - Faixa etária.



Fonte: Google Forms.

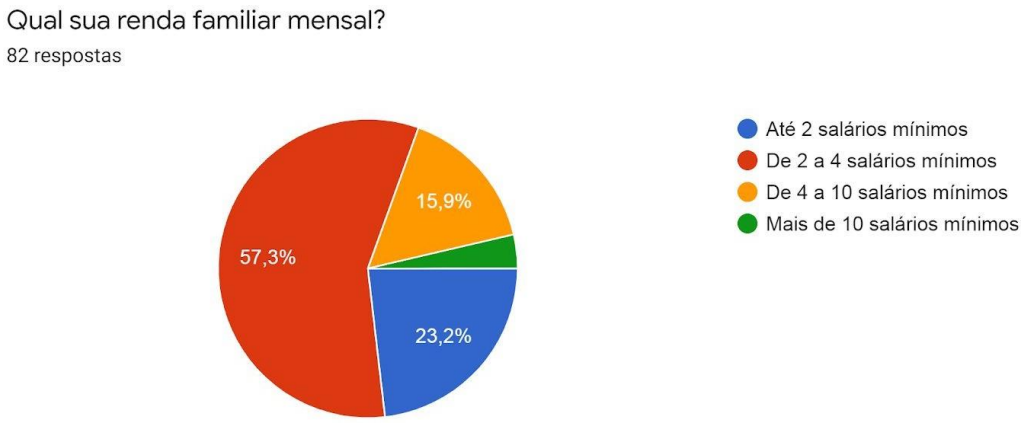
Outro dado observado foi a renda mensal familiar para refletir sua condição econômica perante a sociedade. De acordo com dados do Toda matéria (2019), é possível classificar esses consumidores em classes econômicas determinadas. Assim a divisão econômica dos consumidores se dá, com a classe B (3,7%), C (15.9%), D (57,3%) e E (23,2%).

Tabela 02 - Classe econômica da renda salarial familiar

Classes	**Renda Familiar**
A	acima de 20 salários mínimos
B	10 a 20 salários mínimos
C	4 a 10 salários mínimos
D	2 a 4 salários mínimos
E	até 2 salários mínimos

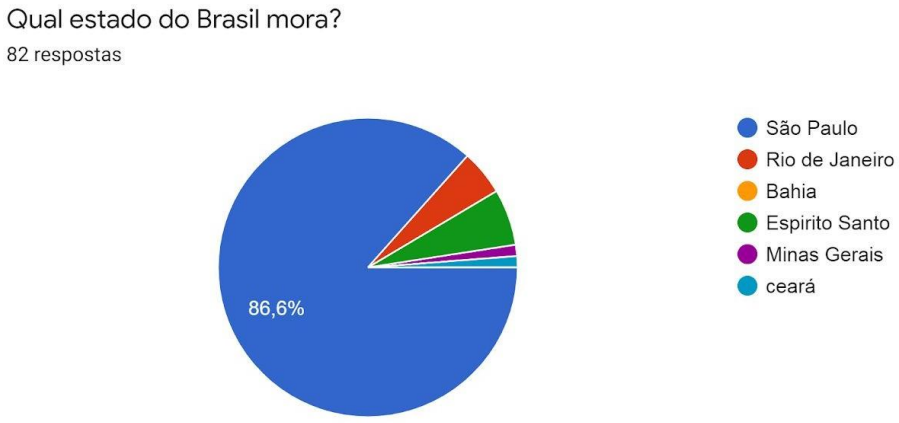
Fonte: Toda matéria (2019)

Gráfico 02 - Renda mensal.



Fonte: Google Forms.

Gráfico 03 - Localização geográfica.



Fonte: Google Forms.

Na pesquisa, foi possível obter a localização geográfica potencial dos possíveis consumidores, estando em sua maioria localizados no estado de São Paulo, com 86,6%, Espírito Santo 6,1%, e Rio de Janeiro 4,9%. No entanto, foi disponibilizada a opção de “outros”, assim no questionário poderia inserir seu estado manualmente, caso não fosse encontrado em nenhuma das opções, com um percentual de 1,2% para o estado do Ceará, igualando a porcentagem do estado de Minas Gerais. A opção do estado da Bahia não foi respondida em nenhum momento.

3.1.2 Familiarização do público com o produto oferecido

Além dos aspectos geográficos e demográficos, pode-se notar a necessidade de saber sobre a familiarização, disposição com os gastos e fatores estéticos (modelagem) baseando-se do consumidor para com o produto oferecido, razões essas que implicam diretamente a precificação do produto, e assim delimitando processos criativos no intuito de obter um orçamento próximo ao esperado pelo consumidor, tornando o produto vendável.

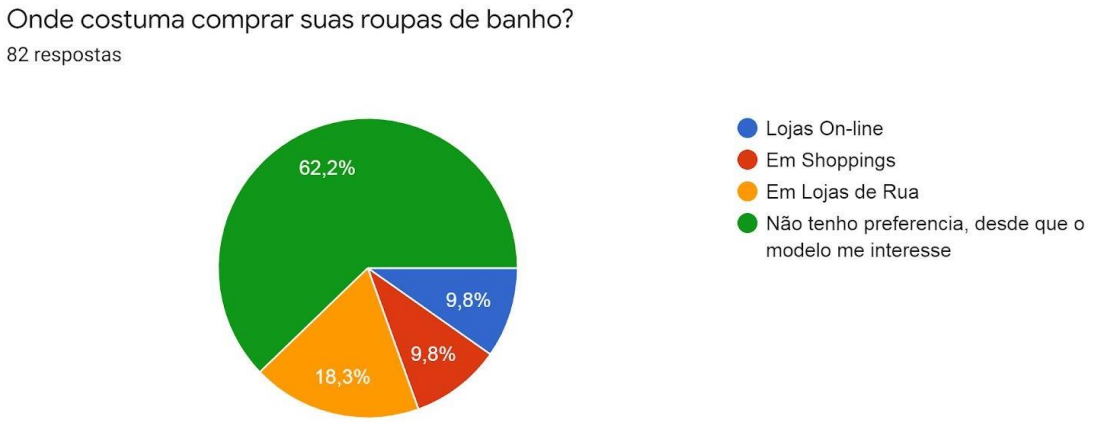
A maior porcentagem dos entrevistados, 35,4%, está disposto a gastar de R$ 45,00 á R$ 60,00 em cada peça, em seguida, 31,7% se dispõe gastar de R$ 60,00 á R$100,00 em uma peça, 22% se dispõe a gastar até R$ 45,00, e 11% está disposto a gastar mais de R$ 100,00 em uma peça.

Gráfico 04 - Disposição de gastos com o produto.

Fonte: Google Forms.

Um aspecto bastante importante analisado é o local de compra dos consumidores. Em sua grande maioria, totalizando 62,2%, não possuem preferência pelo modelo de loja, compram em qualquer lugar, desde que o produto lhe traga satisfação. Em seguida, com 18,3% compram em lojas de rua, 9,8% em *shoppings*, e 9,8% em lojas *on-line*.

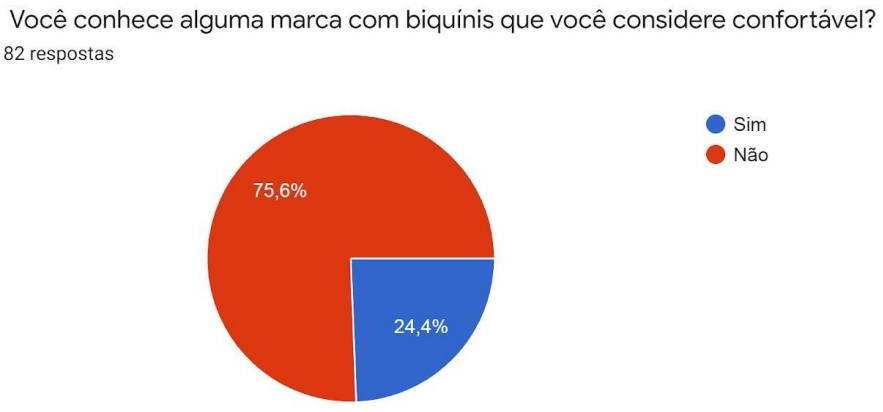
Gráfico 05 - Tipos de lojas de consumo.



Fonte: Google Forms.

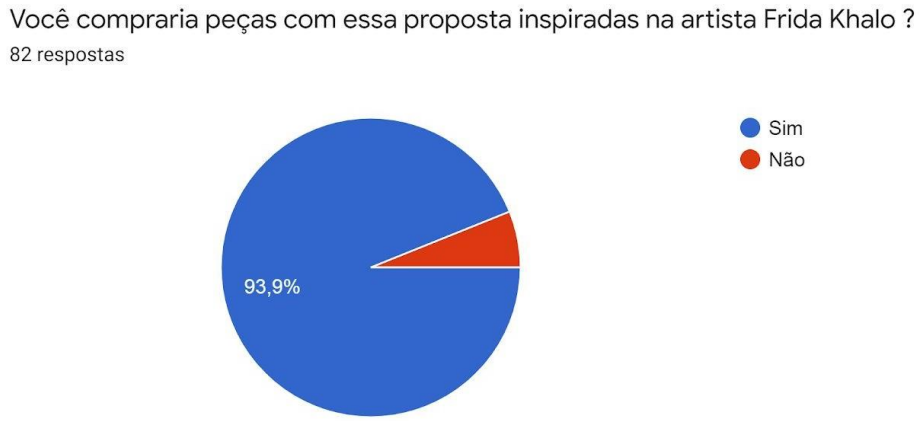
Uma questão de extrema importância foi levantada na pesquisa, que é se o público conhece o produto que desejamos oferecer no mercado de moda praia feminina. Assim é possível visualizar que a grande maioria dos entrevistados não conhece nenhuma marca que eles considerem confortável, na moda praia feminina, identificando uma carência mercadológica no atual setor, pois somente 24,4% já tiveram algum contato ou conhecem.

Gráfico 06 - Familiaridade do consumidor com o produto.



Fonte: Google Forms.

Gráfico 07 - Aceitação do produto

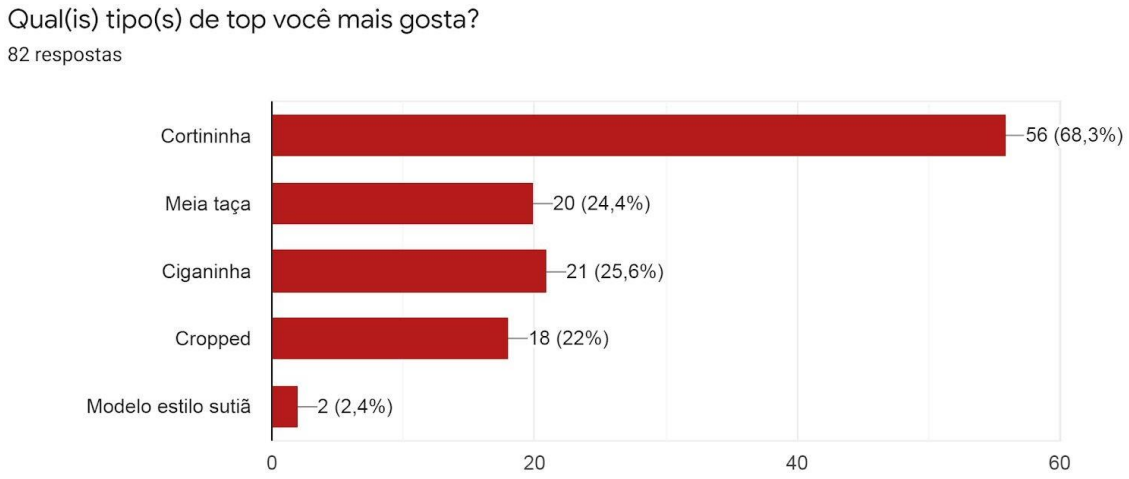


Fonte: Google Forms.

Com o objetivo de conhecer a opinião dos internautas sobre o produto, foi levantada essa questão, já que, sua maioria, não conhecem esse tipo de mercadoria. Foi observado uma aceitação da maioria representada por 93,9% dos entrevistados e rejeição de apenas 6,1%, confirmando que pela maioria seria viável a confecção da coleção pelo nível de aceitação.

Para saber mais sobre os gostos particulares dos consumidores, foi questionado sobre o tipo de *top* e calcinhas preferida das entrevistadas, a que mais lhe agrada ou conforta, com isso adquirimos o resultado, primeiramente dos *tops*, onde a maioria 68,3%, preferem a Cortininha, em seguida, 25,6% Ciganinha, 24,4% preferem a Meia taça, e com 22% o Cropped. Entretanto, foi disponibilizada a opção de “outros” no questionário, onde poderia inserir seu gosto preferido manualmente, caso não estivesse em nenhuma das opções, e com um percentual de 2,4% ficou o modelo estilo sutiã.

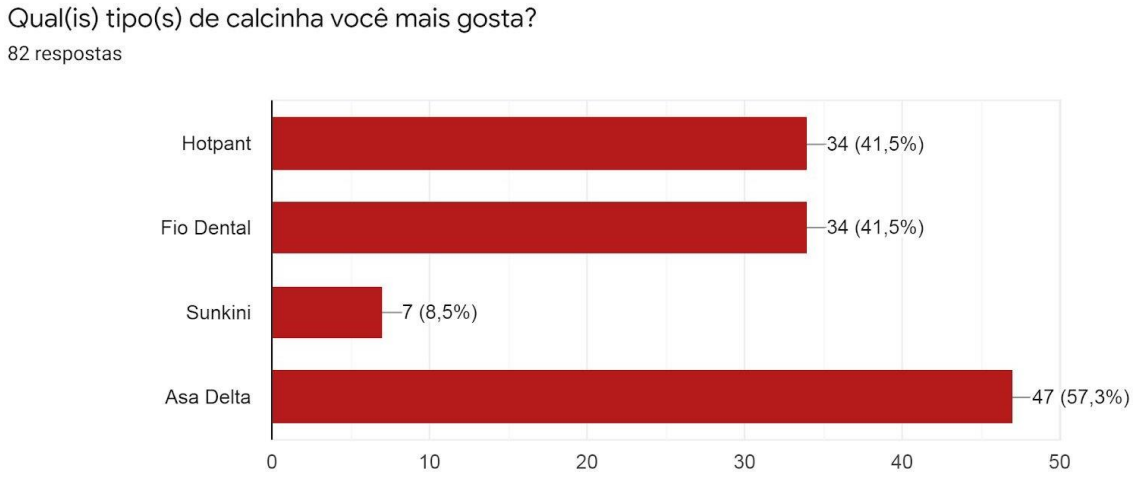
Gráfico 08 - *Tops* preferidos das consumidoras.



Fonte: Google Forms.

Em seguida obteve-se o resultado das calcinhas preferidas das entrevistadas, no qual a sua grande parte com 57,3% preferem o tipo Asa delta, com 41,5% estão com a mesma porcentagem Hotpant e Fio dental, e com 8,5% tem preferência pela Sunkini.

Gráfico 09 - Calcinhas preferidas das consumidoras.



Fonte: Google Forms.

3.2 Definição do público-alvo

Baseando-se nos gráficos analisados, foi permitido fazer considerações e escolhas sobre o público-alvo que fossem adequados para o ramo comercial, mas que ainda assim conversassem com a essência da identidade visual da coleção que será criada.

Depois de estudar os gráficos, foi possível traçar um perfil com as características dos consumidores da coleção, tendo em vista que essas características não impedem que outros perfis de consumidores utilizem dos produtos e/ou os adquira. O perfil concebido é de um público com idade entre 21 e 35 anos, que reside no estado de São Paulo, e que economicamente está na classe D.

Analisando o âmbito pessoal do consumidor, seu estilo de vida, é possível traçar outras características. Essa pesquisa foi realizada através da exploração dos prováveis consumidores em suas redes sociais, durante a aplicação dos questionários. Para que isso fosse possível, foi utilizada a ferramenta do Google Forms.

CAPÍTULO 4. COLEÇÃO FLOR VERMELHO SANGUE

A Coleção Flor Vermelho Sangue, trata-se de uma coleção com 20 looks de biquínis, Verão 2021, voltada para o público feminino jovem de classe D, com inspiração na artista Frida Kahlo, e modelagens mais confortáveis, onde segundo uma pesquisas realizadas há certa dificuldade para encontrar um produto com essas características, sendo assim a fim de atender as necessidades desse público foi desenvolvida a coleção em questão.

Painel 1: Mapa da coleção.

Fonte: Autoria própria.

4.1 Tendência de moda

No sentido de vestir, a moda é um acontecimento onde pessoas que estão inseridas em determinado grupo social se unem através da indumentária. “A moda caráter efêmero, existe de maneira cíclica e esses ciclos acabam geralmente com o fim da temporada, comprovando o que é conhecido como obsolescência programada.” (MENDES *et.al.* 2015).

Segundo Caldas (2006) a sociedade pós-industrial atua conforme o capitalismo que foi ditado pela moda. O capitalismo e a moda juntos são a fórmula perfeita para que ocorra mudança contínua, busca permanente do novo, produção acelerada, alternância do *in* e *out,* em um sistema cíclico. Caldas (2006) ainda afirma que o deslumbramento que a indústria da moda causa não é somente ao seu público-alvo, mas também se estende a outros segmentos industriais, que constantemente querem ter seus nomes ligados diretamente à moda, por efeito do impacto que a exaltação estética gerada pela moda causa ao capitalismo.

Muitos estudos desenvolvem modelos de como se observar os movimentos da sociedade e, assim, desenvolver e revelar uma tendência de moda.

> A partir do momento em que a tendência surge ao público em forma de produto ou serviço, esta deixa de ser previsão e ganha a qualidade de consolidada. E a hora da sua aparição é o momento ideal para se ganhar o consumidor, seja por meio de fashion shows (desfile, lançamento de coleção), de campanha publicitária ou por ser usada por alguma figura pública, entre outros. Atrair a atenção da imprensa também é fator importante, pois assim o produto ou serviço facilmente será citado por formadores de opinião. (MENDES *et.al*. 2015)

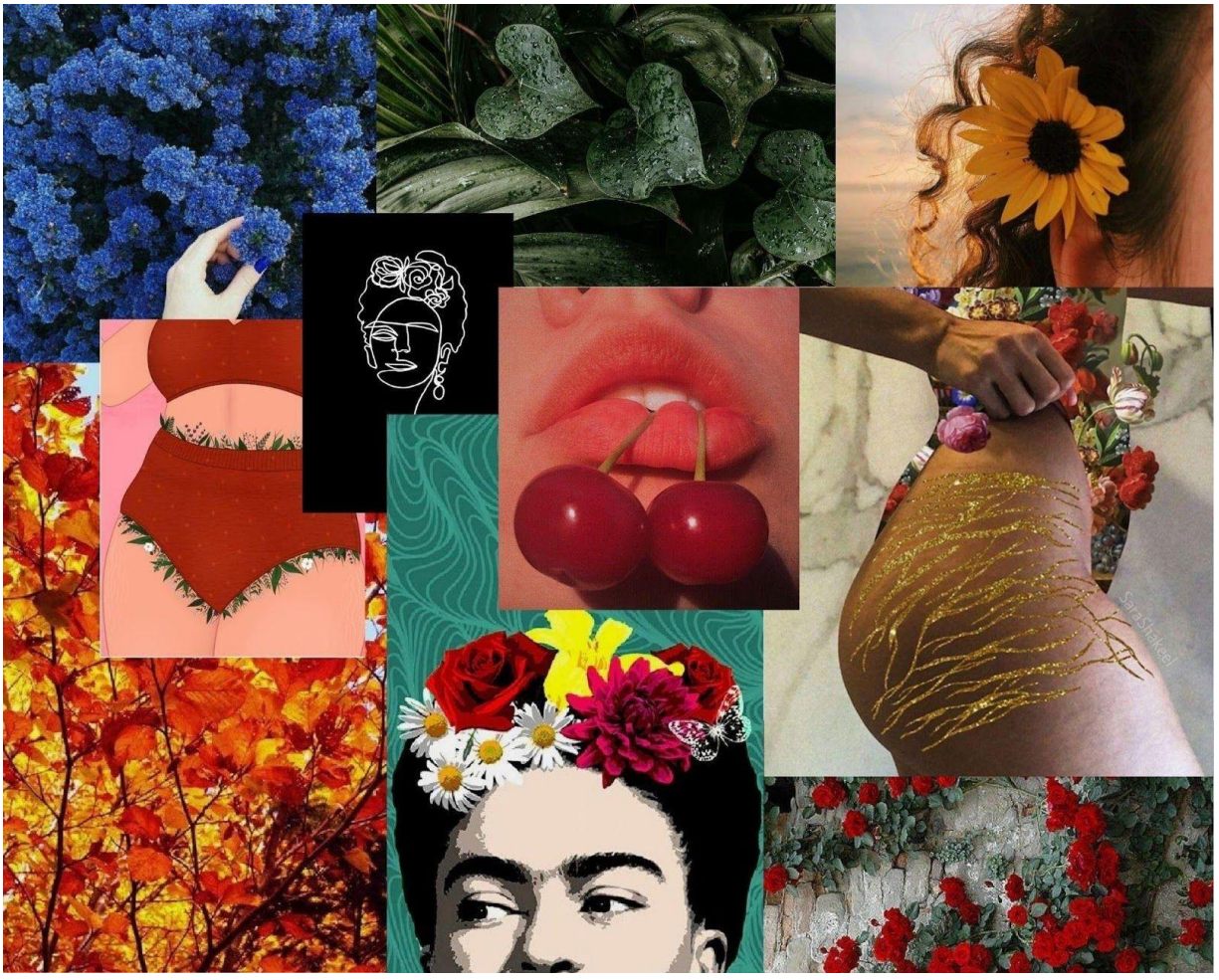
É de grande eficiência utilizar as informações de tendência de moda no sentido de se obter, diante delas, criar e produzir com maior objetividade, para o mercado, onde diversas empresas se especializaram em desenvolver estas pesquisas e comercializá-las em formato de relatório. Esses relatórios de pesquisa de tendência de moda trazem informações além de cores, têxteis e materiais, texturas e silhuetas.

4.2 Tema, tecidos e cartela de cores

O tema de uma coleção é a história, o argumento e inspiração. Segundo (TREPTOW, 2013) a marca de moda é o mesmo que uma escola de samba, onde “cada coleção é um novo samba-enredo, uma nova história a contar, mas mantendo

as características da marca, ou seja, o seu estilo.” O tema de uma coleção pode surgir de diversas fontes, depende somente do designer tornar esse elemento inspirador em uma proposta de moda, tanto para conceitual ou para comercial.

Painel 2: Referência.



Fonte: Autoria própria - seleção de imagens da internet.

Os tecidos escolhidos para a confecção dos looks da coleção foram a Lycra Praia, que é um tecido específico para roupas de banho, e o Tule de Malha por ser flexível e confortável para moda praia; os aviamentos foram escolhidos para gerarem mais conforto e praticidade ás peças.

Painel 3: Tecidos.

Fonte: Autoria própria - seleção de imagens da internet.

Painel 4: Tecidos.

Fonte: Autoria própria imagens da

Painel 5: Aviamentos.

Fonte: Autoria própria - seleção de imagens da internet.

A cartela de cores é formada por seis cores da escala PANTONE, escolhida para padronizar as cores por um sistema de códigos devido a sua visibilidade mundial. As cores foram extraídas de acordo com sua predominância no painel de referência, sendo elas: duas tonalidades de verde, azul, vermelho, amarelo e marrom .

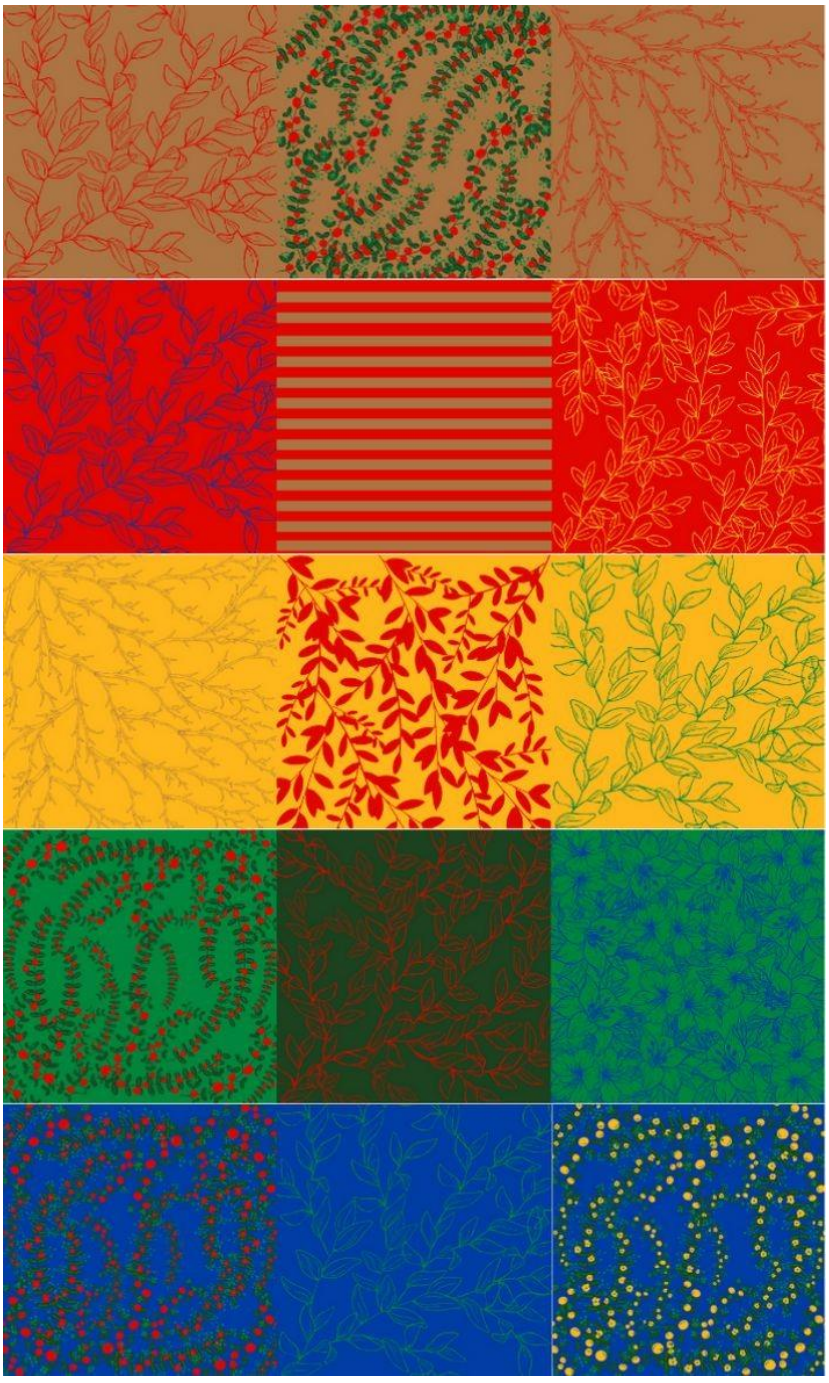
Painel 6: Cores.

Fonte: Autoria própria - seleção de imagens da internet.

4.3 Estampas

Para a coleção Flor Vermelho Sangue foram desenvolvidas 10 estampas baseadas no painel de inspiração e cores, que deram vida a estampas em sua maioria florais com padrões refinados e marcantes assim como a musa inspiradora da coleção, a artista Frida Kahlo.

Painel 7: Estampas.



Fonte: Autoria própria.

4.4 Fichas técnicas

A ficha técnica é um documento descritivo e essencial de uma peça de coleção. Ela contém ilustrações e anotações sobre os materiais utilizados, dimensões do modelo, acabamentos e procedimentos de manufatura. “É a partir da ficha técnica que o setor de custos e o departamento comercial estipularão o preço de venda.” (TREPTOW, 2013, pág.161). Assim, o setor de planejamento e controle da produção calculará os insumos que forem necessários para a fabricação de acordo com os pedidos e que o âmbito de compras produzirá a aquisição da matéria-prima.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após os estudos e pesquisas relacionados ao tema e ao público-alvo, pode-se concluir que é viável e existe aceitação da coleção a ser desenvolvida. De acordo com os questionários aplicados pode-se observar o interesse pelo produto. Consequentemente, a partir dos resultados, foi possível realizar escolhas e considerações acima do perfil do público-alvo que fossem mais adequadas ao âmbito comercial, ainda sim conversando com a natureza da coleção que será desenvolvida.

A faixa etária definida foi a do público jovem com idade de 21 á 35, todavia, este ponto não impede o interesse de outras faixas etárias neste produto; a classe social foi definida como D, pois controlando a precificação das peças para este público que demonstra um maior interesse, pode-se entender que o público de classes superiores também podem obtê-las, possibilitando a maior abrangência a seleção de classificação econômica. Pode-se esperar que, a partir da coleção Flor Vermelho Sangue, por intermédio da temática abordada e adequação de modelagem como diferencial da coleção de biquínis, possa contribuir com a diminuição da carência encontrada no mercado de moda praia quando se diz respeito ao conforto, e suprir as exigências do público em foco.

REFERÊNCIAS

<ABIT. http://www.abit.org.br>. Acesso em 20 de maio de 2020.

ALENCAR, C. O. C.; BOUERI, J. **O Conforto no vestuário: uma análise da relação entre conforto e moda.** In: VIII Colóquio de Moda, 2012.

BASTOS, M. M.; RIBEIRO, M. A. **Frida Kahlo: uma vida.** Psicanálise & Barroco. 2007.

BATISTA, S. R. *et.al.* **Arte e dor em Frida Kahlo.** Paralelos entre saúde e arte: as cores de Frida Kahlo. São Paulo, 2014.

BROEGA, A. C. **Contribuição para a definição de padrões de conforto de tecidos finos de lã**. Guimarães, 2008. Tese (Doutoramento em Engenharia Têxtil). Ramo: Física Têxtil, Universidade do Minho, Portugal.

BROEGA, A. C.; SILVA, M. E. C. **O Conforto Total do Vestuário:** Design para os Cinco Sentidos. Universidade do Minho, Campuns Azurém, 4800 Guimarães, Portugal, 2009.

CALDAS, Dario. **Observatório de sinais:** teoria e prática da pesquisa de tendências. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2006.

DILKIN, Deise. **Quem foi Frida Kahlo?** Frida Kahlo, 2019. Disponível em: https://fridakahlo.com.br/quem-foi-frida-kahlo/quem-foi-frida-kahlo-a-revolucionaria-pintora-mexicana Acesso em: 10 de Julho de 2020.

FERNANDES, Fabiano Seixas. **O mapa íntimo: três telas de Frida Kahlo**. [s.l.: s.n., s.d.].

FERREIRA Aurélio Buarque de Holanda; ANJOS, Margarida dos.; FERREIRA, Marina Baird.; et al. **Aurélio século XXI: o dicionário da língua portuguesa.** [s.l.]: Editora Nova Fronteira, 1999.

FONSECA, J.J.S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002, p. (Apostila).

GIL Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. [s.l.]: Atlas, 2008.

GOOGLE ARTS & CULTURE. **The Radical History of the Swimsuit**. Disponível em: https://artsandculture.google.com/theme/the-radical-history-of-the-swimsuit/rAKSYuCmuuxYLg. Acesso em: 30 jun. 2020.

GONSALVES, Elisa Pereira. **Iniciação à pesquisa científica**. [s.l.]: Alínea, 2003.

GONÇALVES, Eliana; LOPES, Luciana Dornbusch. **Ergonomia no vestuário: conceito de conforto como valor agregado ao produto de moda.** Florianópolis: UDESC/CEART. Modapalavra. Estação das Letras Editora Ltda, v. 4, 2006.

HERRERA, Hayden. **Frida: Una biografia de Frida Kahlo**. México: Diana, 2008.

MARTINS, S. B.; MARTINS, L. B. Design universal, moda e pessoa com deficiência: Uma reflexão sobre versatilidade, conforto e segurança. In: CARLI, S. A.; MARTINS, S. B. **Moda Inclusiva**. São Paulo, 2018.

MENDES, Layla *et.al.* **Coolhunting: Metodologia de tendência de moda in loco**. In: 5º END Moda, 2015.

NEI NORDIN. **Annette Kellerman: a luta pelo espaço num mundo de homens**. Disponível em: https://neinordin.com.br/annette-kellerman-a-luta-pelo-espaco-num-mundo-de-homens-2/. Acesso em: 4 jul. 2020.

ORSINI, Marco *et.al.* **Frida Kahlo: A arte como desafio à deficiência e à dor, com enfoque na poliomielite anterior aguda**. In: Revista Brasileira de Neurologia, v. 44, nº 3, 2008.

POLLINI, Denise. **Breve História da Moda**. [s.l.]: Nova Alexandria, 2018.
PRADO, Marcelo Villin. **Um breve histórico e a retomada da indústria de moda praia e fitness no Brasil**. Inteligência de Mercado, [s. l.], 16 ago. 2018. Disponível em: https://www.iemi.com.br/um-breve-historico-e-a-retomada-da-industria-de-moda-praia-e-fitness-no-brasil/. Acesso em: 10 jun. 2020.
SCHMID Aloísio Leoni. **A idéia de conforto: reflexões sobre o ambiente construído**. [s.l.]: Pacto Ambiental, 2005.
SILVA, C.R *et.al*. **Comparações entre moda praia brasileira e moda praia europeia.** In: CONGRESSO CIENTÍFICO TÊXTIL E DE MODA, 2, 2014, São Paulo.

SOARES Carmen Lúcia. **As roupas nas práticas corporais e esportivas: a educação do corpo entre o conforto, a elegância e a eficiência, 1920-1940.** [s.l.]: Autores Associados, 2011.

SLATER, K. "**Subjective Textile Testing**", Journal Textile Institute, vol 88, Part 1, nº 2, 1997, pp. 79-91.

SLATER, K. "**The Assessment of Comfort**", Journal Textile Institute, vol. 77, nº 3, 1986, pp. 157-171.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento de coleção**. [s.l.]: D. Treptow, 2003.

VERÃO democrático: **Conversamos com as designers de duas marcas de moda praia que criam biquínis e maiôs para todos os tipos de corpo.** [S. l.]: Revista

Trip, 23 nov. 2018. Disponível em: https://revistatrip.uol.com.br/tpm/batemos-um-papo-com-as-criadoras-de-duas-marcas-de-moda-praia-para-todo-os-tipos-de-corpo. Acesso em: 6 jun. 2020.

WAICHENBERG, Alexei. **Biquíni : Duas peças que mudaram a rua e o mundo**. 1. ed. RJ: SEBRAE, 2015. p. 11-46.

APÊNDICE A: Pré-projeto

1 Objetivo

1.1.1 Objetivo geral

Desenvolver uma coleção de Moda Praia para mulheres modernas inspirada na artista Frida Kahlo.

1.1.2 Objetivos específicos

- Conhecer o universo da moda praia.
- Compreender o público existente no mercado.
- Pesquisar tendências e técnicas: cartela de cores, formatos, texturas, materiais.
- Analisar mercado existente.
- Desenvolver estampas inspiradas na artista Frida Khalo
- Desenvolver a coleção a partir das informações coletadas: croquis e desenhos técnicos.
- Confeccionar peças piloto.

2 Problema

> Em uma economia globalizada, onde a concorrência é acirrada, a necessidade de se fabricar um produto que conquiste o consumidor de maneira instantânea é uma constante na indústria da Moda. As estratégias para satisfazer este consumidor não são apenas as de ordem técnica. Além dessa característica, inerente à qualidade do produto, o conforto e a estética são aspectos exigidos cada vez mais por esta demanda de Moda. (GONÇALVES; LOPES, 2006)

O conforto é uma peça chave para o vestuário, e não é diferente com a moda praia, mesmo que o design seja importante estamos cada vez mais buscando juntamente com ele o conforto. por isso deve-se pensar nos biquínis não só como uma vestimenta que se deve usar na praia, mas como peças que devem se encaixar no corpo feminino independente do formato que ele tenha.

Tendo em vista o desejo pelo conforto na moda de forma geral, e que o mercado de roupas de banho apresenta um déficit de peças que prezam por este conforto voltado para a mulher moderna, seria possível criar uma coleção de biquínis com tais características para serem inseridas nesse mercado?

3 Justificativa

De acordo com a Associação Brasileira da Indústria Têxtil (Abit) o Brasil é o país que mais consome moda praia no mundo. O segmento apresenta grande visibilidade no cenário internacional de moda, movimenta a economia nacional, e vem ocupando posição de destaque nas exportações, segundo dados da Inteligência de Mercado (IEMI). O movimento do mercado interno no Brasil chega aos US$ 1,5 bilhões anualmente, número bem expressivo em comparação ao do mercado internacional, que somam por ano US$ 12 bilhões.

Embora sendo o país com destaque nesse segmento, o Brasil também é o local onde mais adota-se o estereótipo de que o corpo feminino deve estar sempre em boa forma, de acordo com (SILVA *et.al,* 2014) o corpo da mulher brasileira segue o modelo mais avantajado com seios e nádegas mais volumosas e principalmente com cintura fina*;* da maneira que é colocado nas mídias sociais o tempo todo.

O corpo “Perfeito” sofreu diversas mudanças durante a história de acordo com Soares (2011) nas primeiras décadas do século XX, as formas dos corpos ficaram cada vez mais notáveis, principalmente para as mulheres que foram de formas arredondadas para silhuetas mais esguias.

A evolução nas peças do segmento moda praia vem em sua maioria na tecnologia dos tecidos, deixando a inovação em modelagens em segundo plano.

A Aro Swimwear conta com produtos que pretendem deixar suas consumidoras se sentindo livres e vivendo a experiência de se divertir em um momento de lazer de modo a se sentir confortável usando os biquínis da marca.

A coleção Flor Vermelho Sangue pretende trazer para o mercado de moda praia o conforto e a qualidade com peças ousadas e com modelagens e estampas, que mulheres modernas não encontram com facilidade pois não existe apenas um tipo de corpo feminino, os biquinis são normalmente criados com uma modelagem pensada para um corpo que é dado como “perfeito” que seriam magros, de quadril largo e seios volumosos; contudo o corpo da mulher brasileira não pode se definir por um único tipo físico devido a grande mistura de etnias que formam o povo brasileiro.

Por isso, justifica-se a criação da coleção Flor Vermelho Sangue devido ao fato de não existir peças no mercado de moda praia que tragam esse tipo de peça com estampas e uma modelagem mais ousada.

4 Metodologia

Segundo o dicionário Aurélio (2002) metodologia é o “conjunto de métodos, regras e postulados utilizados em determinada disciplina e sua aplicação.” De acordo com Fonseca (2002) a metodologia é o estudo da organização, dos caminhos a serem percorridos, para se realizar pesquisas e estudos. Ainda segundo o autor, a metodologia vai além da descrição dos procedimentos (métodos e técnicas a serem utilizados na pesquisa), indicando a escolha teórica realizada pelo pesquisador para abordar o objeto de estudo.

4.1 Pesquisa exploratória

Alguns pesquisadores consideram este tipo de pesquisa como a mais científica dentre todas, procurando usar como base uma estrutura que busca observar (com muito cuidado e controle) as relações entre variáveis. (GONSALVES, 2003, p. 66)

O principal objetivo da pesquisa exploratória é desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, assim podendo ter a concepção de problemas mais precisos. Essa pesquisa tem a finalidade de proporcionar a visão geral dos resultados,

nos

Além disso, são peças que não exploram a modelagem de forma adequada, em geral o desenvolvimento da moda praia é destinada a mulheres com corpo padrão sem a preocupação com as necessidades e conforto físico dos diferentes biotipos femininos.

A marca Cosmo Swim foi fundada em 2017 pela designer de produtos Lucia Hsu depois de perceber que o mercado prezava muito mais pela sexualização da mulher e acabava por não pensar no corpo feminino em si; a partir daí ela começa a criar para mulheres autoconfiantes e livres.

Em uma entrevista feita para a revista TPM a criadora da Cosmos Swim Lucia Hsu conta que tipo de cliente procura suas peças.

> Quem nos procura não é necessariamente *plus size*. São mulheres que querem se sentir bonitas e confiantes, com pouca roupa. Não crio para pessoas magras, nem para pessoas gordas. Crio para o tipo mais comum, que mais vemos nas ruas, mas não é representado. São justamente essas pessoas que procuram a marca: as que não se sentem representadas por nenhum tipo de campanha. (HSU, 2018)

No site da marca, Hsu define as peças como sendo minimalistas, seus biquínis são na maior parte de tecido biodegradável e de cor única com modelagens que amparam o corpo trazendo autoconfiança para quem o veste.

Criada em 2015 por Danielle Cavalher, juntamente com Isadora Ferrari, que deixou a marca em 2017, a Aro swimwear nasceu com a proposta de ter modelagens democráticas de forma a abraçar todos os tipos de corpos, pois de acordo com Danielle em entrevista para a revista vogue “Não dá para pensar que o design pensado para um tamanho PP pode ser produzido em tamanho GG e dá certo. Gosto muito de prestar atenção nisso.” As peças da marca prezam pelo conforto e remetem a diversão e a alegria,com produtos dupla face e normalmente lisos.

Os consumidores da marca Aro são:

> Pessoas que estão dispostas a buscar um caminho para se sentirem mais livres, belas e sexy. Minhas clientes têm coragem de postar uma foto de biquíni, pois se sentem gostosas. São pessoas com uma atitude libertadora, que estão em processo de descobrimento e autocuidado. Elas não se importam em seguir tendências. Querem encontrar um produto com

> qualidade, conforto e modelagens que suprem suas necessidades. (CAVALHER, 2018).

"Este tipo de pesquisa é realizada especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis." (GIL, 2008, p.27)

4.1.1 Pesquisa bibliográfica

A pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, que são publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos e páginas de web sites. Todos os trabalhos científicos iniciam-se com uma pesquisa bibliográfica, onde permite que o pesquisador conheça o que já se estudou sobre o assunto.

> Existem porém pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta (FONSECA, 2002, p. 32).

O princípio da análise parte de quais seriam os pré-requisitos para o desenvolvimento, da montagem técnica e metodologia do trabalho. Assim, foram utilizados livros de embasamentos metodológicos como: Escolhendo o percurso metodológico - de Elisa Pereira Gonsalves, e Métodos e técnicas de pesquisa social- de Antonio Carlos Gil. Esses livros servem como suporte em todo o processo de montagem técnica e instrumental de abordagem e pesquisa e métodos de aprofundamento nas questões problemáticas do tema.

4.1.2 Pesquisa documental

A pesquisa documental é bastante similar à pesquisa bibliográfica, a natureza das fontes é a única diferença entre as duas.

> O desenvolvimento da pesquisa documental segue os mesmos

> passos da pesquisa bibliográfica. Apenas há que se considerar que o primeiro passo consiste na exploração das fontes documentais, que são em grande número. Existem, de um lado, os documentos de primeira mão, que não receberam qualquer tratamento analítico, tais como: documentos oficiais, reportagens de jornal, cartas, contratos, diários, filmes, fotografias, gravações etc. De outro lado, existem os documentos de segunda mão, que de alguma forma já foram analisados, tais como: relatórios de pesquisa, relatórios de empresas, tabelas estatísticas etc. (GIL, 2008, p. 51).

Pesquisa documental é aquela realizada a partir de documentos, contemporâneos ou retrospectivos, considerados cientificamente autênticos; têm sido largamente utilizadas nas ciências sociais, na investigação histórica, a fim de descrever/comparar fatos sociais, estabelecendo suas características ou tendências.

4.1.3 Pesquisa quantitativa

Diferente da qualitativa, na pesquisa quantitativa os resultados das pesquisas quantitativas podem ser quantificados. “Como as amostras geralmente são grandes e consideradas representativas da população, os resultados são tomados como se constituíssem um retrato real de toda a população alvo da pesquisa.” (Fonseca, 2002, p. 20). A pesquisa quantitativa se centra na objetividade.

4.1.3.1 Questionário

Neste trabalho foi utilizado a pesquisa de campo, assim aplicado um questionário fechado, que de acordo com Gil pode ser determinado como:

> [...] a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc. (Gil, 2008, p.121).

Nessa modalidade de pesquisa, define-se um problema e, a partir dele, criam-se meios de gerar informações para – após a coleta e a análise dos dados – se chegar às conclusões.

4.1.3.2 Questionário de pesquisa de público-alvo

1. Qual sua idade?

Traçar a faixa etária predominante do público alvo.

2. Qual estado do Brasil mora?

Delimitar geograficamente o público-alvo.

3. Qual sua renda mensal?

Dividir o público-alvo em classes sociais .

4. Quanto estaria disposta a pagar em uma peça de biquíni que deseje ?

Traçar a disposição de gastos com as peças, de forma a influenciar diretamente no processo criativo e na matéria prima que deve ser utilizada a fim de estar de acordo com a precificação máxima estimada das peças.

5.Onde costuma comprar suas roupas de banho?

Localizar o tipo de segmento (lojas físicas ou *e-commerce*), que o público costuma fazer suas compras.

6. Você conhece alguma marca com biquínis que você considere confortável?

Compreender a ligação do público com o produto que iremos oferecer, no mercado de moda praia, ou a sua carência.

7. Você compraria peças com essa proposta inspiradas na artista Frida Khalo ?

Perceber a aceitação do público em relação ao produto que iremos oferecer, justificando a oportunidade no mercado.

8. Qual(is) tipo(s) de top você mais gosta?

compreender a modelagem e a estética que mais agrada o público para aplicar no desenvolvimento da coleção.

9. Qual(is) tipo(s) de calcinha você mais gosta?

compreender a modelagem e a estética que mais agrada o público para aplicar no desenvolvimento da coleção.

5 CRONOGRAMA

Tabela 01: Cronograma

ATIVIDADES	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho
Escolha do tema	X					
Especificação dos objetivos (gerais e específicos)		X				
Documento de Proposta para Elaboração do Trabalho de Conclusão de curso de Design de Moda		X				
Delimitação do problema, hipótese e justificativa.				X		
Pesquisa e análise de metodologia					X	
Início de definições de conceitos e/ou capítulos					X	
Histórico do produto					X	X
Pesquisa de mercado: público-alvo.					X	X
Resultados esperados						X
Bibliografia						X
Pré-banca						X

Fonte: Autoria própria.

APÊNDICE B: Questionário aplicado.

PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO- COLEÇÃO FLOR VERMELHO SANGUE.

1. Qual sua idade?

( ) Menos de 16 anos.

( ) De 16 á 20 anos.

( ) De 21 á 35 anos. ( ) De 35 á 40 anos. ( ) Mais de 40 anos.

2. Qual estado do Brasil mora?

( ) São Paulo.

( ) Rio de Janeiro

( ) Bahia

( ) Espírito Santo

( ) Outros..._____.

3. Qual sua renda familiar mensal?

( ) Até 2 salários mínimos

( ) De 2 a 4 salários

mínimos ( ) De 4 a 10

salários mínimos

( ) Acima de 10 salários mínimos.

4. Quanto estaria disposto a pagar em uma peça de Biquíni que deseje?

( ) Até R$ 45,00

( ) De R$ 45,00 á R$

60,00 ( ) De R$ 60,00

á R$ 100,00

( ) Mais de R$ 100,00

5. Onde costuma comprar suas roupas de banho?

( ) Lojas de *on-line.*

( ) Em *shoppings.*.

( ) Em lojas de rua..

( ) Não tenho preferência, desde que o modelo me interesse.

6. Você conhece alguma marca com biquínis que você considere confortável?

( ) Sim.

( ) Não.

7. Você compraria peças com essa proposta inspirada na artista Frida Kahlo?

( ) Sim.

( ) Não.

8. Qual(is) tipo(s) de top você mais gosta?

( ) Cortininha.

( ) Meia taça.

( ) Ciganinha.

( ) Cropped.

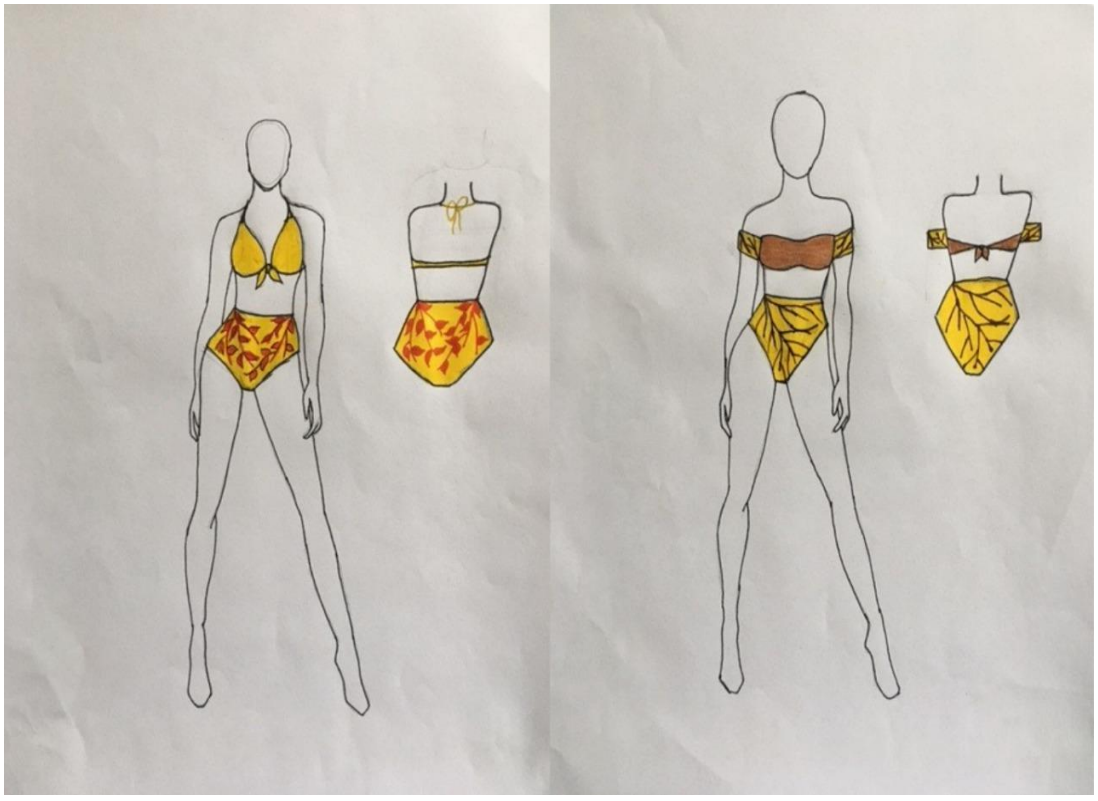
9. Qual(is) tipo(s) de calcinha você mais gosta?

( ) Hotpant.

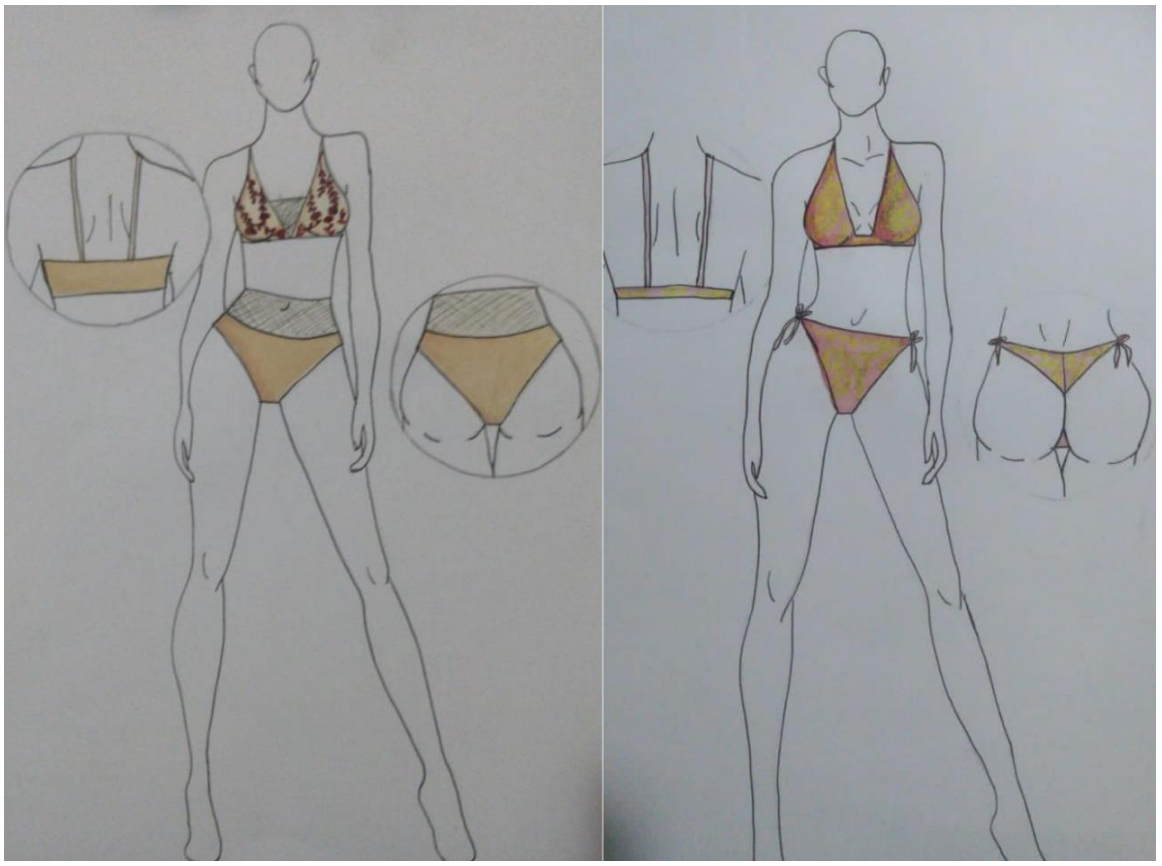
( ) Fio Dental. ( ) Sunkini.

( ) Asa Delta.

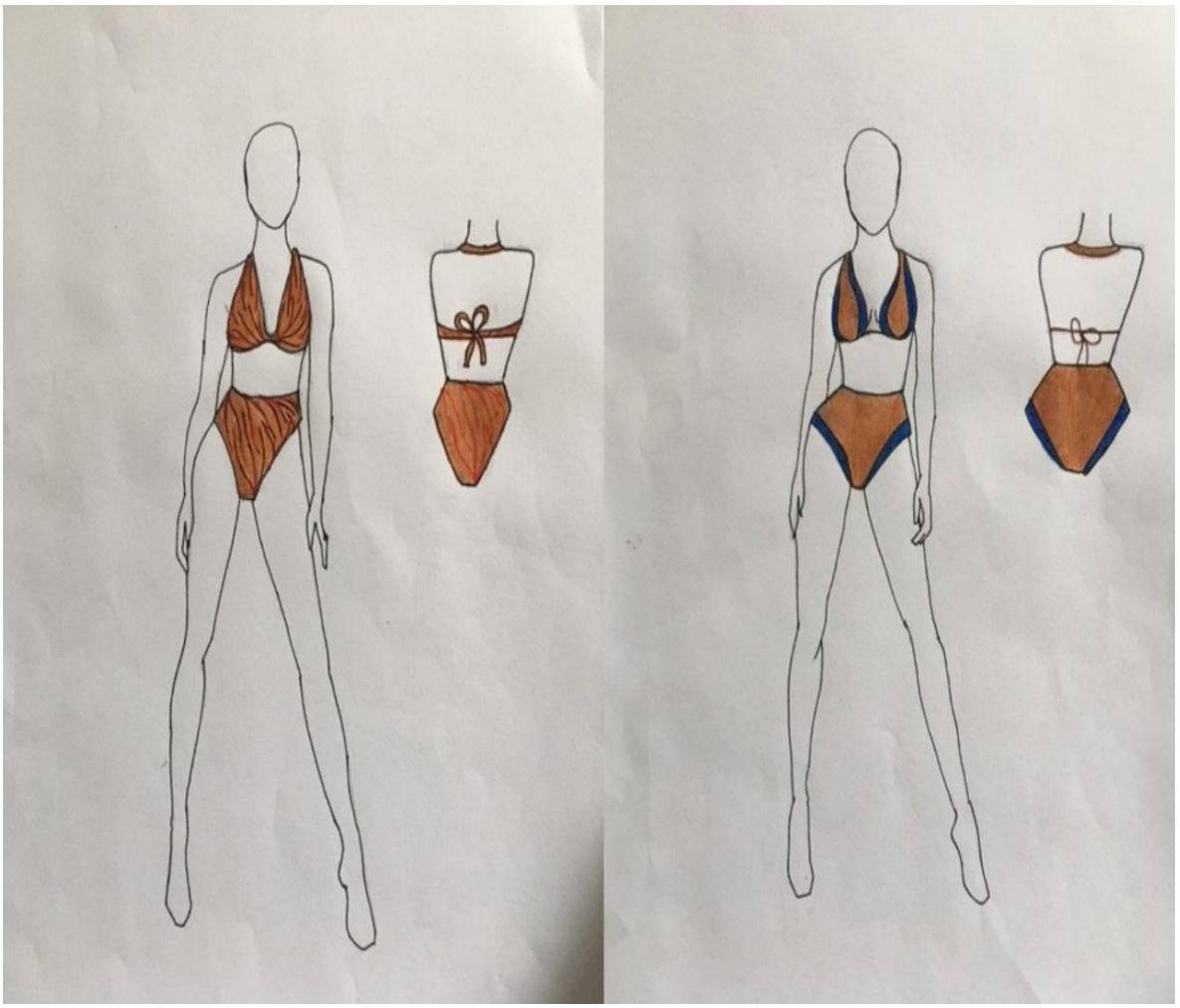
APÊNDICE C: Biquinis cortininha e ciganinha



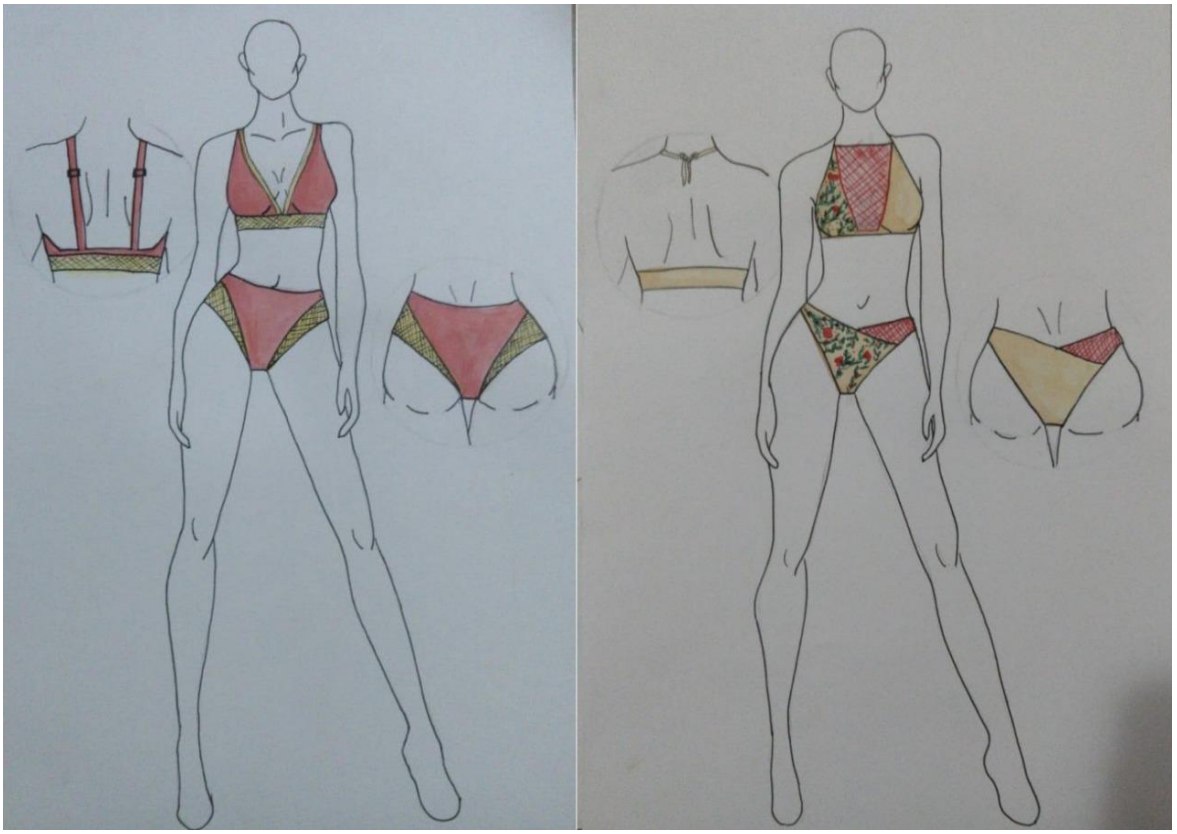
APÊNDICE D: Biquínis cropped e aviador



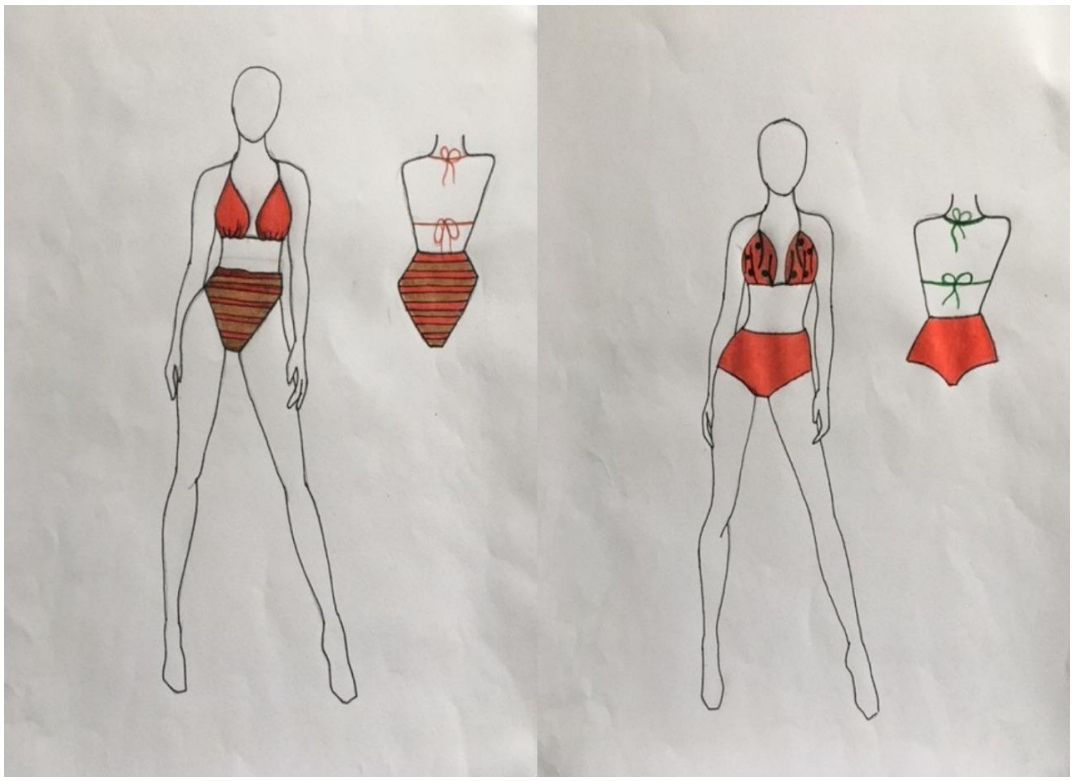
APÊNDICE E: Biquínis aviador e cortininha



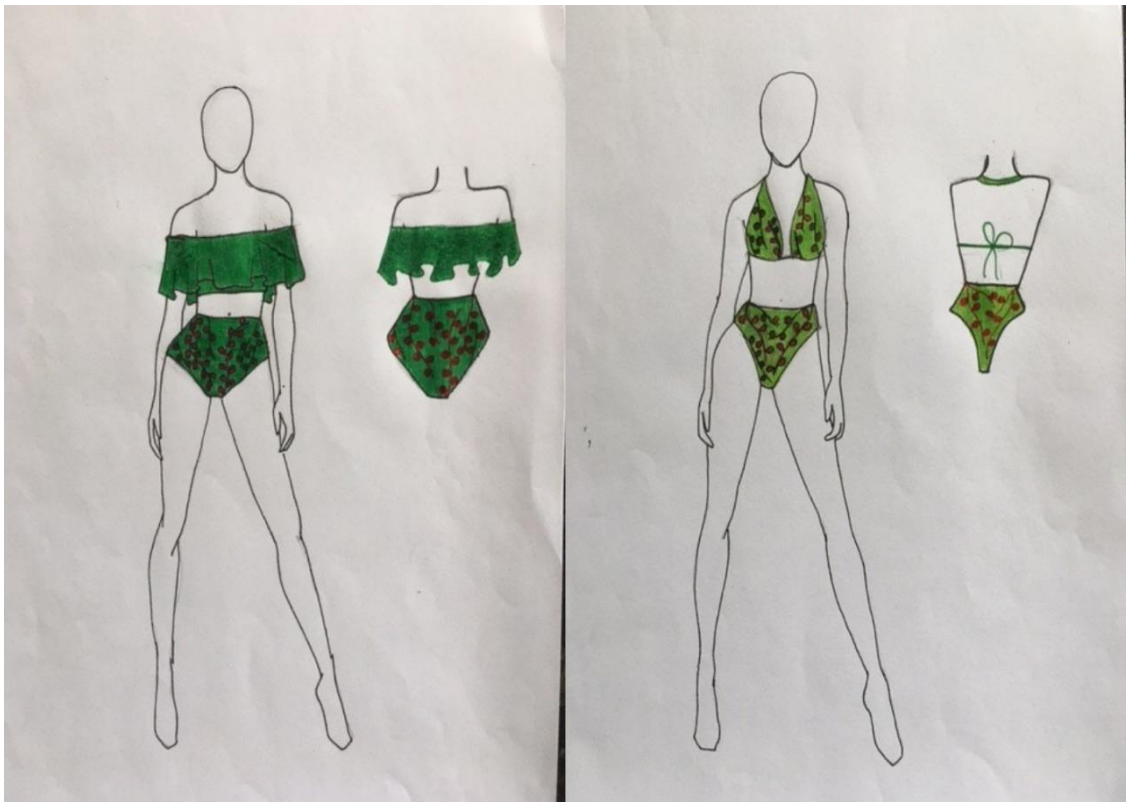
APÊNDICE F: Biquínis aviador e cropped



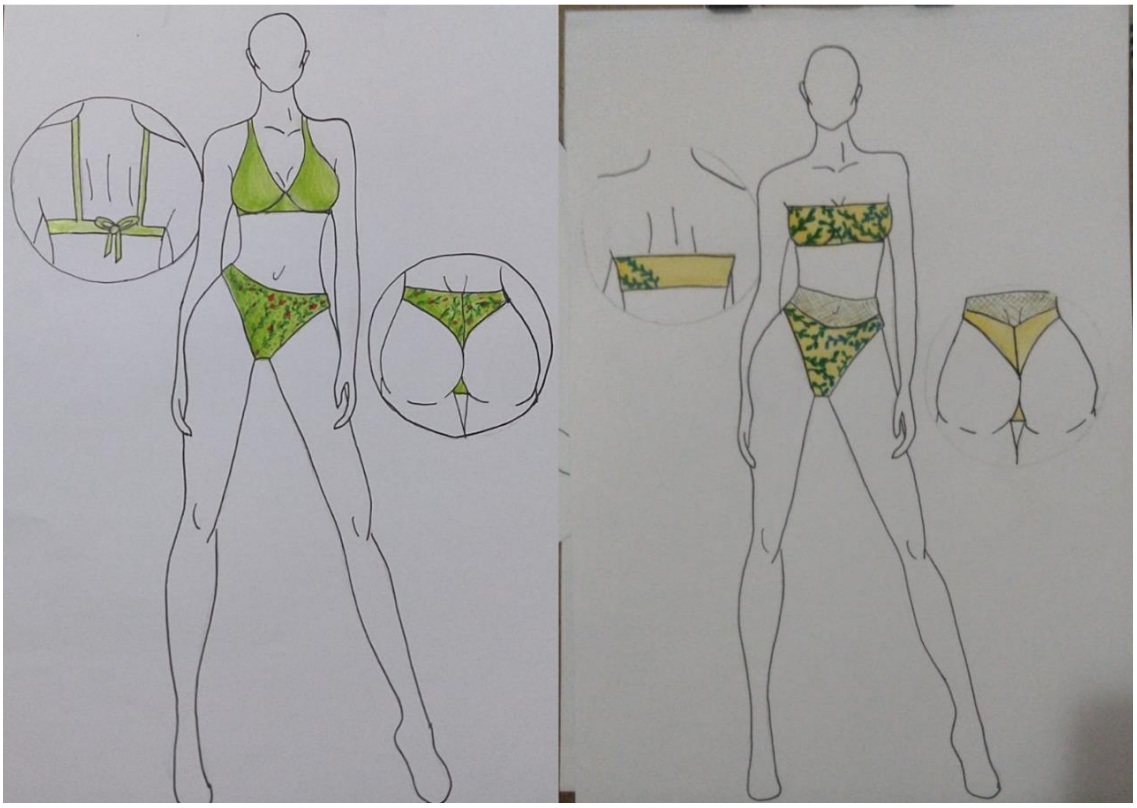
APÊNDICE G: Biquínis cortininha



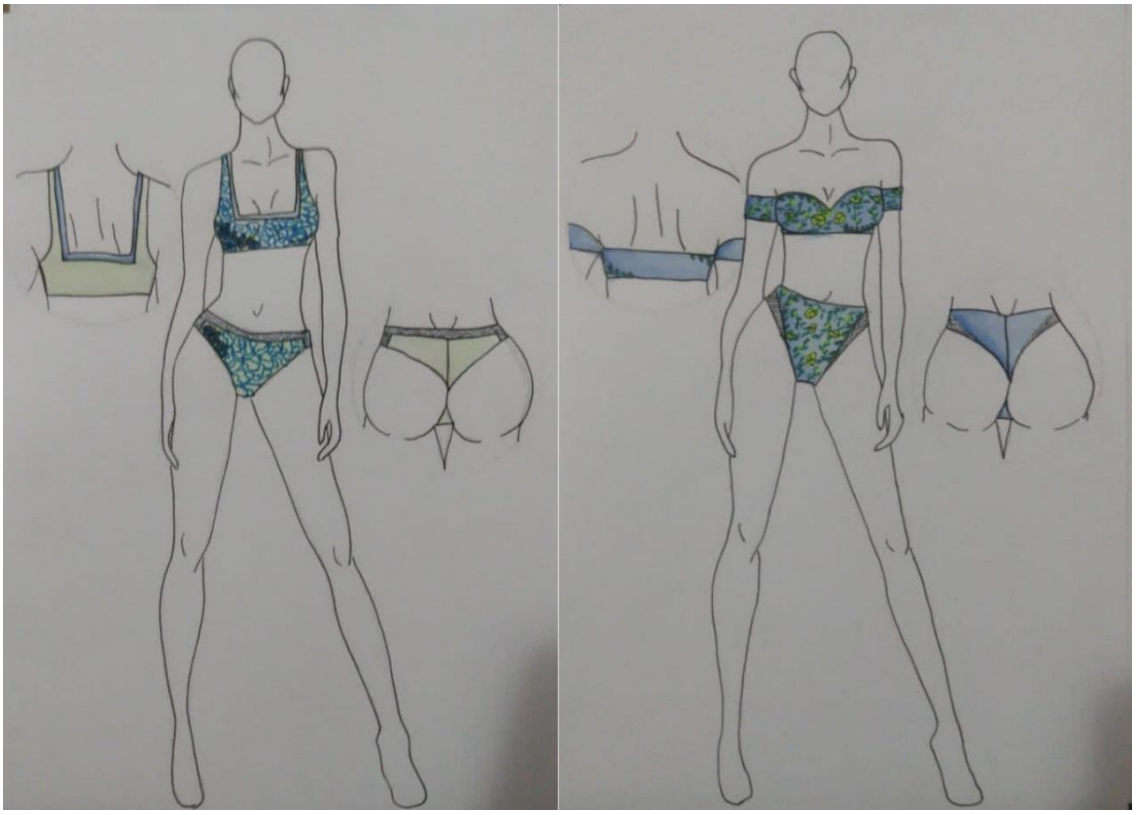
APÊNDICE H: Biquínis ciganinha e cortininha



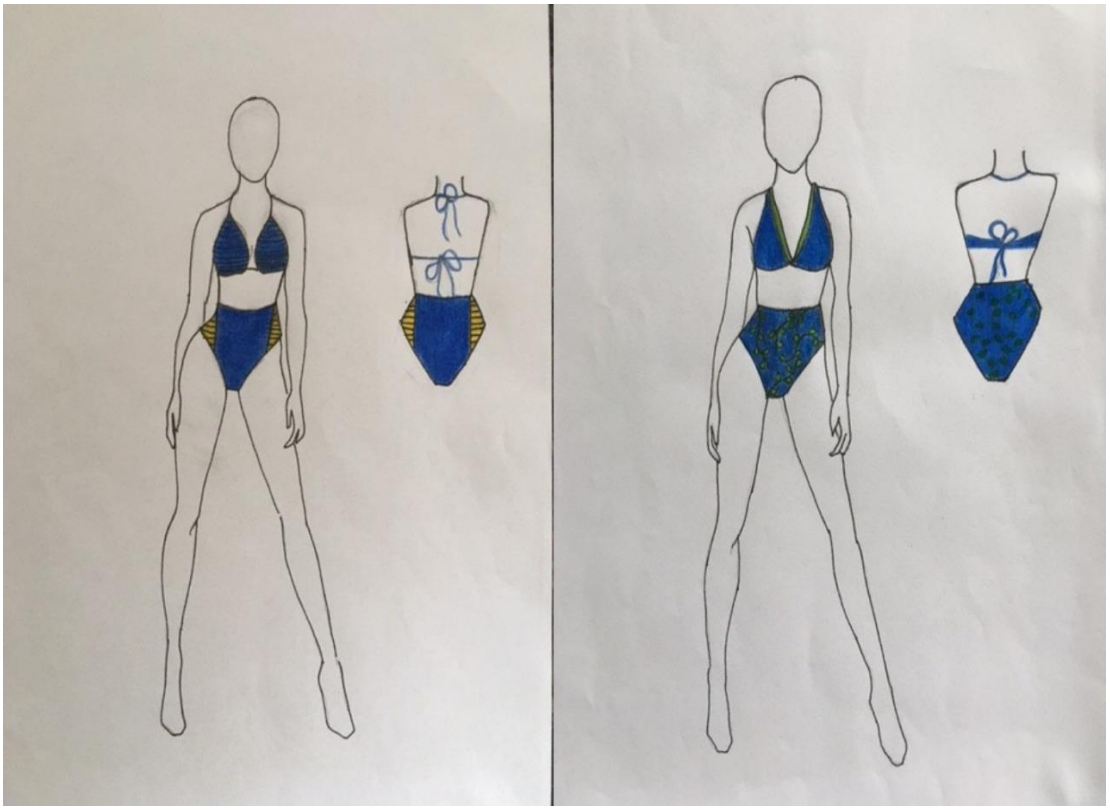
APÊNDICE I: Biquínis aviador e top



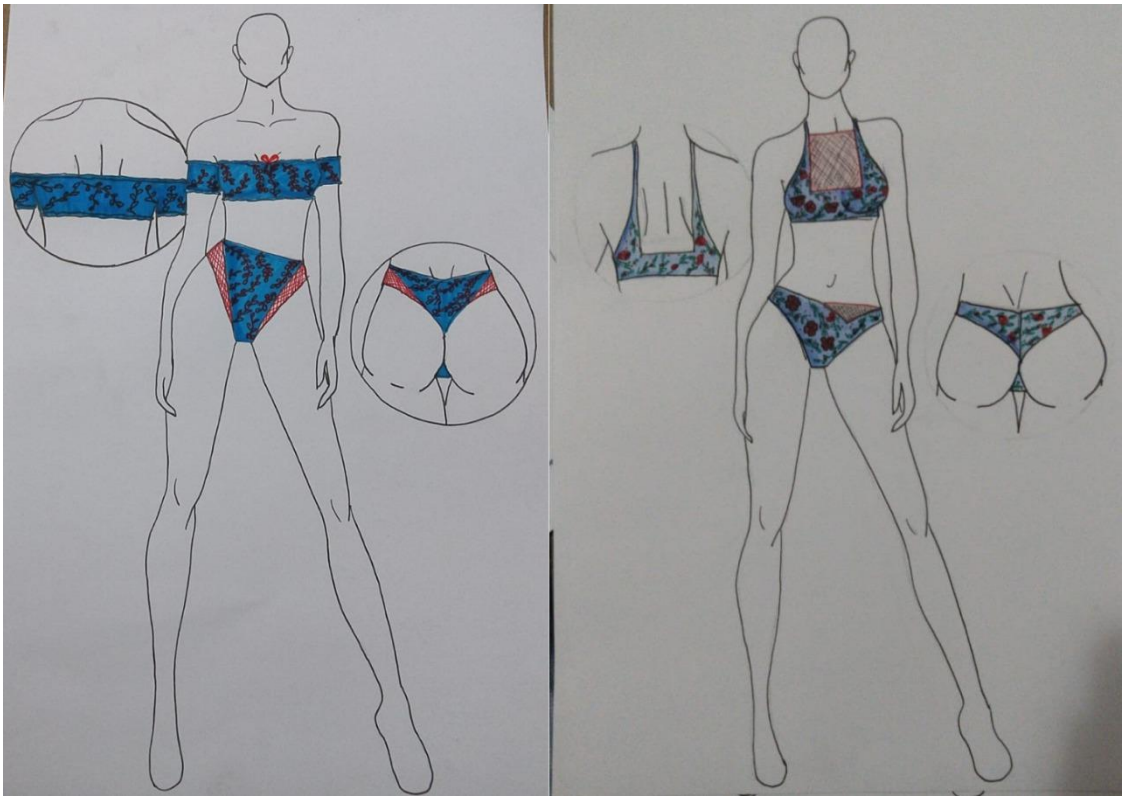
APÊNDICE J: Biquínis top e ciganinha



APÊNDICE K: Biquíni cortininha e aviador



APÊNDICE L: Biquínis ciganinha e top

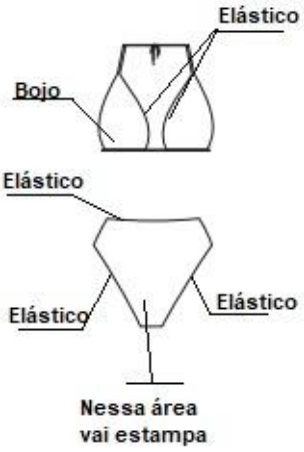


APÊNDICE M: Ficha técnica dos protótipos.

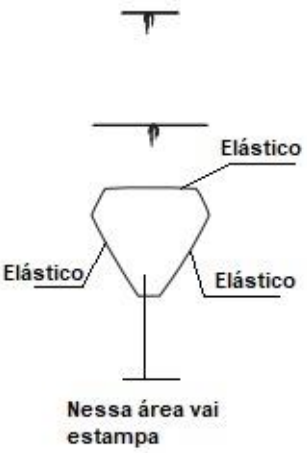
FICHA TÉCNICA

COLEÇÃO	REF.
Flor Vermelho Sangue	008
DESCRIÇÃO DO MODELO	**DATA**
Cortininha e *hot pant*	03/11/2020

FRENTE



COSTAS



APÊNDICE N: Grade do modelo, tecido, aviamentos e processo de fabricação

GRADE DO MODELO

PP		P		M		G		GG		XGG	
1		1		1		1		1		1	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56

TECIDO

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	QUANTIDADE	CUSTO	CORES	FORNECEDOR
Lycra de praia	85% poliamida 15% elastano	12,5 cm	R$ 3,33		Levy tecidos
Lycra de praia	85% poliamida 15% elastano	12,5 cm	R$ 3,33		Levy tecidos
Forro Rosset	100% poliamida	20 cm	R$ 3,75	Cru	Levy tecidos

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	QUANTIDADE	CUSTO	CORES	FORNECEDOR
Elástico Zanotti	63% poliéster 37% elastano	2,37 cm	R$ 0,53	Cru	Levy tecidos
Indufios Helanca 150	100% Helanca				Levy tecidos
Linha de Helanca	100% Helanca				Levy tecidos
Bojo	60% poliuretano 40% poliéster	1	R$ 4,20	Branco	Levy tecidos

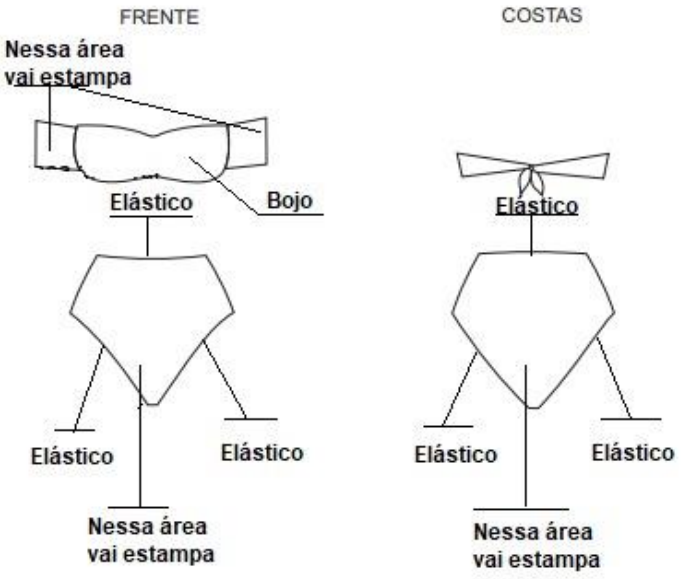
PROCESSO DE FABRICAÇÃO

Costurar as alças no busto, juntar forro e busto em overloque com abertura para bojo removível, juntar as laterais com overloque.
Juntar forro e tecido principal com cós e barra rebatido com elástico 7mm, juntar lateral e entrepernas com overloque.

APÊNDICE O: Ficha técnica do biquini ciganinha

FICHA TÉCNICA

COLEÇÃO	REF.
Flor Vermelho Sangue	002
DESCRIÇÃO DO MODELO	**DATA**
Ciganinha e *hot pants*	03/11/2020



APÊNDICE P: Grade do modelo, tecido, aviamentos e processo de fabricação

GRADE DO MODELO

PP		P		M		G		GG		XGG	
1		1		1		1		1		1	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56

TECIDO

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	QUANTIDADE	CUSTO	CORES	FORNECEDOR
Lycra de praia	85% poliamida 15% elastano	12,5 cm	R$ 3,33		Levy tecidos
Lycra de praia	85% poliamida 15% elastano	12,5 cm	R$ 3,33		Levy tecidos
Forro Rosset	100% poliamida	20 cm	R$ 3,75	Cru	Levy tecidos

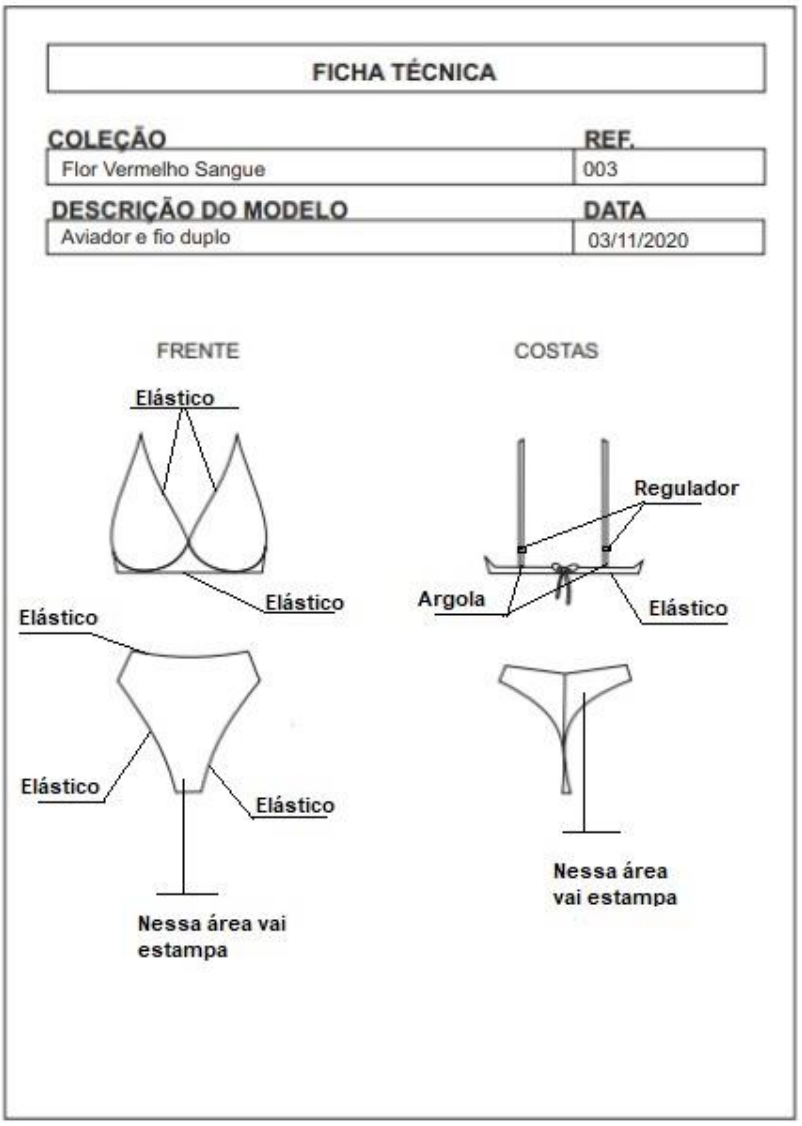
AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	QUANTIDADE	CUSTO	CORES	FORNECEDOR
Elástico Zanotti	63% poliéster 37% elastano	3,03 cm	R$ 0,67	Cru	Levy tecidos
Indufios Helanca 150	100% Helanca				Levy tecidos
Linha de Helanca	100% Helanca				Levy tecidos
Bojo	60% poliuretano 40% poliéster	1	R$ 4,20	Branco	Levy tecidos

PROCESSO DE FABRICAÇÃO

Costurar as laterais com overloque, fechar as mangas com overloque, juntar tecido principal e forro com
abertura para bojo removível rebatendo a baixo e a cima do busto pegando as mangas com elástico 7mm,
fazer bainha na manga
Juntar forro e tecido principal com cós e barra rebatido com elástico 7mm, juntar lateral e entrepernas
com overloque.

APÊNDICE Q: Ficha técnica do biquini aviador



APÊNDICE R: Grade do modelo, tecido, aviamentos e processo de fabricação

GRADE DO MODELO

PP		P		M		G		GG		XGG	
1		1		1		1		1		1	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56

TECIDO

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	QUANTIDADE	CUSTO	CORES	FORNECEDOR
Lycra de praia	85% poliamida 15% elastano	12,5 cm	R$ 3,33		Levy tecidos
Lycra de praia	85% poliamida 15% elastano	12,5 cm	R$ 3,33		Levy tecidos
Forro Rosset	100% poliamida	20 cm	R$ 3,75	Cru	Levy tecidos

AVIAMENTOS

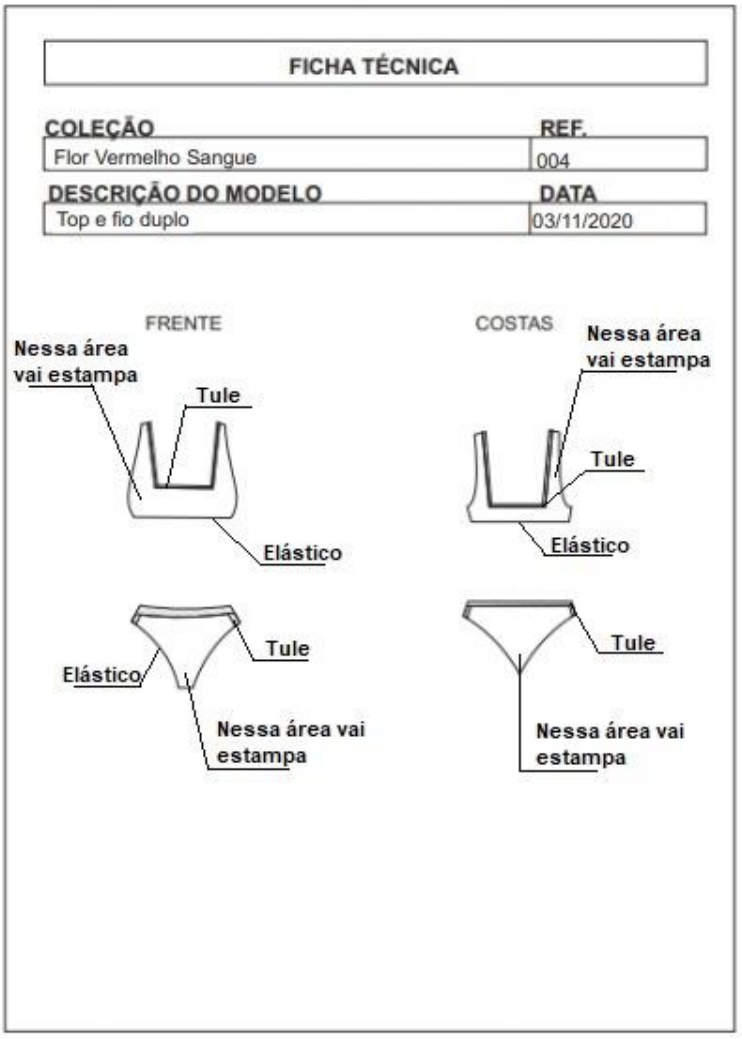
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	QUANTIDADE	CUSTO	CORES	FORNECEDOR
Elástico Zanotti	63% poliéster 37% elastano	2,45 cm	R$ 0,54	Cru	Levy tecidos
Indufios Helanca 150	100% Helanca				Levy tecidos
Linha de Helanca	100% Helanca				Levy tecidos
Argola e regulador	Metal	1	R$ 4,00	Prata	Levy tecidos
Aro	Plástico	1	R$ 0,47	Branco	Levy tecidos

PROCESSO DE FABRICAÇÃO

Costurar as laterais com overloque, juntar tecido principal com alça e forro deixando abertura para bojo removível, rebater a baixo do busto com elástico 7mm e colocar aros, rebater cava e decote com elástico 7mm.

Juntar forro e tecido principal na parte da frente, fazer a parte de trás fio duplo, juntar lateral e entrepernas com overloque, rebater cós e barra da parte da frente com elástico 7mm.

APÊNDICE S: Ficha técnica do biquini top



APÊNDICE T: Grade do modelo, tecido, aviamentos e processo de fabricação

GRADE DO MODELO

PP		P		M		G		GG		XGG	
1		1		1		1		1		1	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56

TECIDO

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	QUANTIDADE	CUSTO	CORES	FORNECEDOR
Lycra de praia	85% poliamida 15% elastano	12,5 cm	R$ 3,33		Levy tecidos
Lycra de praia	85% poliamida 15% elastano	12,5 cm	R$ 3,33		Levy tecidos
Tule de elastano	90% poliamida 10% elastano	40 cm	R$ 6,00		Levy tecidos
Forro Rosset	100% poliamida	20 cm	R$ 3,75	Cru	Levy tecidos

AVIAMENTOS

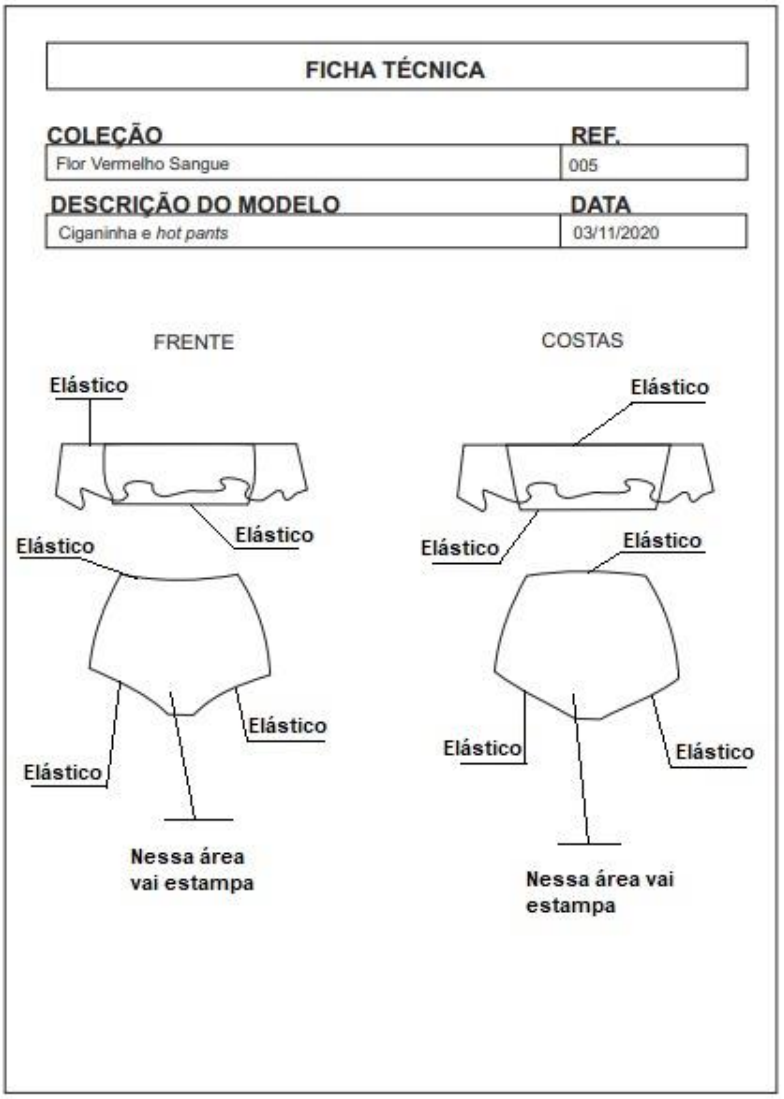
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	QUANTIDADE	CUSTO	CORES	FORNECEDOR
Elástico Zanotti	63% poliéster 37% elastano	2,21 cm	R$ 0,49	Cru	Levy tecidos
Indufios Helanca 150	100% Helanca				Levy tecidos
Linha de Helanca	100% Helanca				Levy tecidos

PROCESSO DE FABRICAÇÃO

Costurar as laterais e alças com overloque, juntar tecido principal e forro, rebater a baixo do busto, cava e decote com elástico 7mm.

Juntar forro e tecido principal na parte da frente, fazer a parte de trás fio duplo, juntar lateral e entrepernas com overloque, rebater cós e barra da parte da frente com elástico 7 mm.

APÊNDICE U: Ficha técnica do biquini ciganinha



APÊNDICE V: Grade do modelo, tecido, aviamentos e processo de fabricação

GRADE DO MODELO

PP		P		M		G		GG		XGG	
1		1		1		1		1		1	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56

TECIDO

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	QUANTIDADE	CUSTO	CORES	FORNECEDOR
Lycra de praia	85% poliamida 15% elastano	12,5 cm	R$ 3,33		Levy tecidos
Lycra de praia	85% poliamida 15% elastano	12,5 cm	R$ 3,33		Levy tecidos
Forro Rosset	100% poliamida	20 cm	R$ 3,75	Cru	Levy tecidos

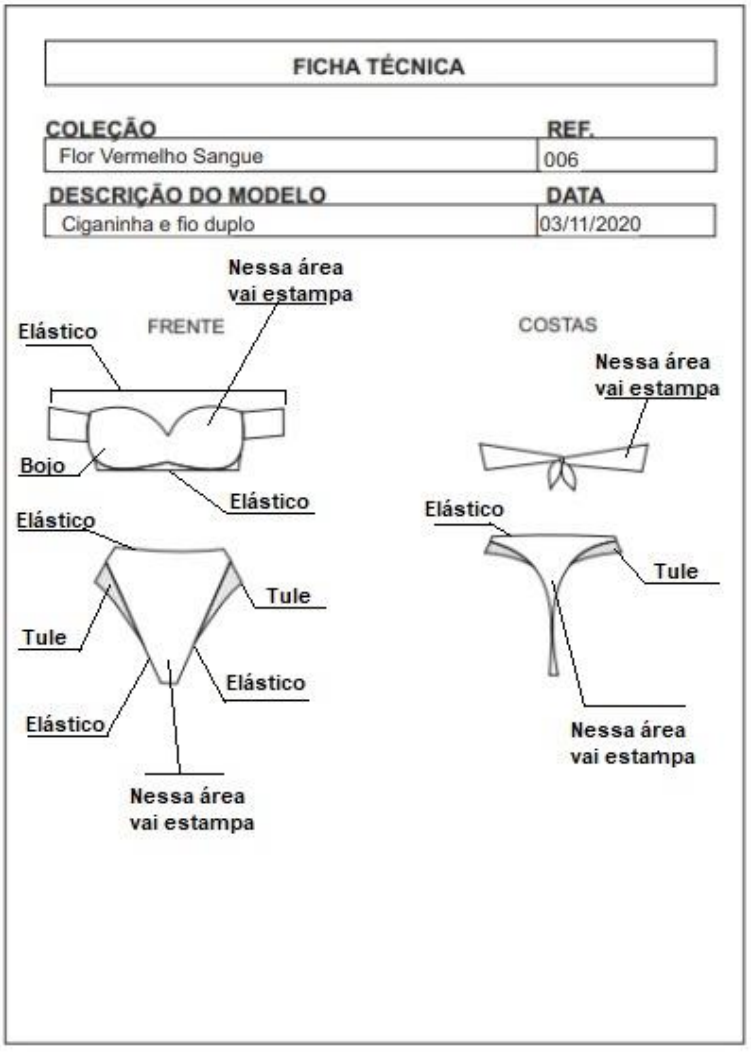
AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	QUANTIDADE	CUSTO	CORES	FORNECEDOR
Elástico Zanotti	63% poliéster 37% elastano	3,03 cm	R$ 0,67	Cru	Levy tecidos
Indufios Helanca 150	100% Helanca				Levy tecidos
Linha de Helanca	100% Helanca				Levy tecidos

PROCESSO DE FABRICAÇÃO

Costurar as laterais com overloque, juntar tecido principal e forro rebatendo a baixo e a cima do busto pegando o babado com elástico 7mm, fazer bainha do babado.
Juntar forro e tecido principal com cós e barra rebatido com elástico 7mm, juntar lateral e entrepernas com overloque

APÊNDICE W: Ficha técnica do biquini ciganinha



APÊNDICE X: Grade do modelo, tecido, aviamentos e processo de fabricação

GRADE DO MODELO

PP		P		M		G		GG		XGG	
1		1		1		1		1		1	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56

TECIDO

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	QUANTIDADE	CUSTO	CORES	FORNECEDOR
Lycra de praia	85% poliamida 15% elastano	12,5 cm	R$ 3,33		Levy tecidos
Lycra de praia	85% poliamida 15% elastano	12,5 cm	R$ 3,33		Levy tecidos
Forro Rosset	100% poliamida	20 cm	R$ 3,75	Cru	Levy tecidos
Tule de elastano	90% poliamida 10% elastano	40 cm	R$ 6,00		Levy tecidos

AVIAMENTOS

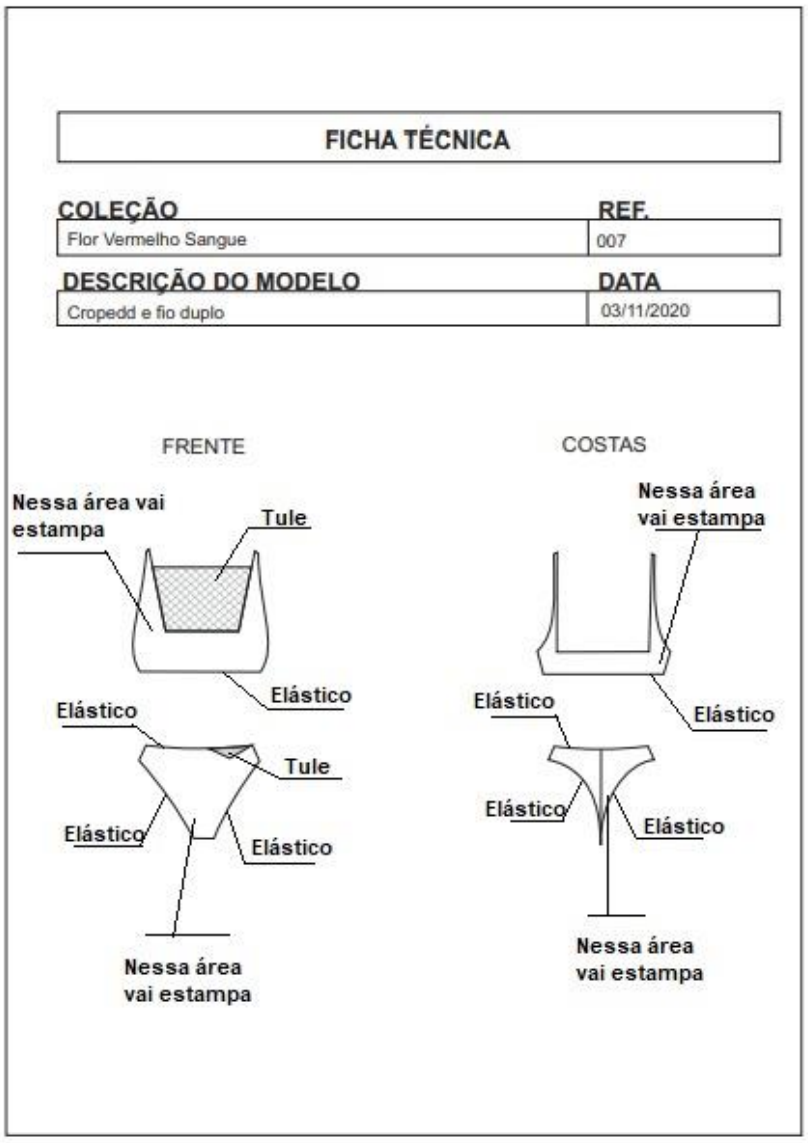
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	QUANTIDADE	CUSTO	CORES	FORNECEDOR
Elástico Zanotti	63% poliéster 37% elastano	2,61 cm	R$ 0,58	Cru	Levy tecidos
Indufios Helanca 150	100% Helanca				Levy tecidos
Linha de Helanca	100% Helanca				Levy tecidos
Bojo	60% poliuretano 40% poliéster	1	R$ 4,20	Branco	Levy tecidos

PROCESSO DE FABRICAÇÃO

Costurar as laterais com overloque, fechar as mangas com overloque, juntar tecido principal e forro com abertura para bojo removível rebatendo a baixo e a cima do busto pegando as mangas com elástico 7mm, fazer bainha na manga.

Juntar forro e tecido principal na parte da frente, fazer a parte de trás fio duplo, juntar lateral e entrepernas com overloque, rebater cós e barra da parte da frente com elástico 7mm.

APÊNDICE Y: Ficha técnica do biquini ciganinha



APÊNDICE Z: Grade do modelo, tecido, aviamentos e processo de fabricação

GRADE DO MODELO

PP		P		M		G		GG		XGG	
1		1		1		1		1		1	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56

TECIDO

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	QUANTIDADE	CUSTO	CORES	FORNECEDOR
Lycra de praia	85% poliamida 15% elastano	25 cm	R$ 6,66		Levy tecidos
Tule de elastano	90% poliamida 10% elastano	40 cm	R$ 6,00		Levy tecidos
Forro Rosset	100% poliamida	20 cm	R$ 3,75	Cru	Levy tecidos

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	QUANTIDADE	CUSTO	CORES	FORNECEDOR
Elástico Zanotti	63% poliéster 37% elastano	2,21 cm	R$ 0,49	Cru	Levy tecidos
Indufios Helanca 150	100% Helanca				Levy tecidos
Linha de Helanca	100% Helanca				Levy tecidos

PROCESSO DE FABRICAÇÃO

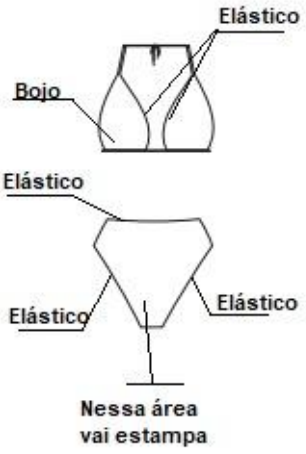
Costurar as laterais e alças com overloque, juntar tecido principal e forro, rebater a baixo do busto e cava com elástico 7mm, colocar tule no decote.
Juntar forro e tecido principal na parte da frente, fazer a parte de trás fio duplo, juntar lateral e entrepernas com overloque, rebater cós e barra da parte da frente com elástico 7mm.

APÊNDICE AA: Ficha técnica do biquini cortininha

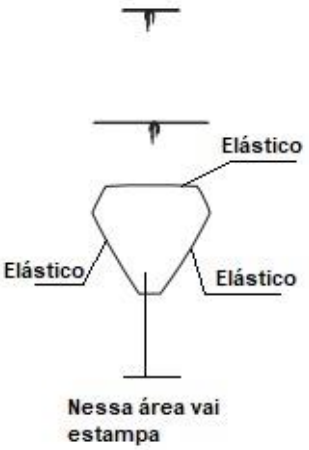
FICHA TÉCNICA

COLEÇÃO	REF.
Flor Vermelho Sangue	008
DESCRIÇÃO DO MODELO	**DATA**
Cortininha e *hot pant*	03/11/2020

FRENTE



COSTAS



APÊNDICE BB: Grade do modelo, tecido, aviamentos e processo de fabricação

GRADE DO MODELO

PP		P		M		G		GG		XGG	
1		1		1		1		1		1	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56

TECIDO

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	QUANTIDADE	CUSTO	CORES	FORNECEDOR
Lycra de praia	85% poliamida 15% elastano	12,5 cm	R$ 3,33		Levy tecidos
Lycra de praia	85% poliamida 15% elastano	12,5 cm	R$ 3,33		Levy tecidos
Forro Rosset	100% poliamida	20 cm	R$ 3,75	Cru	Levy tecidos

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	QUANTIDADE	CUSTO	CORES	FORNECEDOR
Elástico Zanotti	63% poliéster 37% elastano	2,21 cm	R$ 0,49	Cru	Levy tecidos
Indufios Helanca 150	100% Helanca				Levy tecidos
Linha de Helanca	100% Helanca				Levy tecidos
Bojo	60% poliuretano 40% poliéster	1	R$ 4,20	Branco	Levy tecidos

PROCESSO DE FABRICAÇÃO

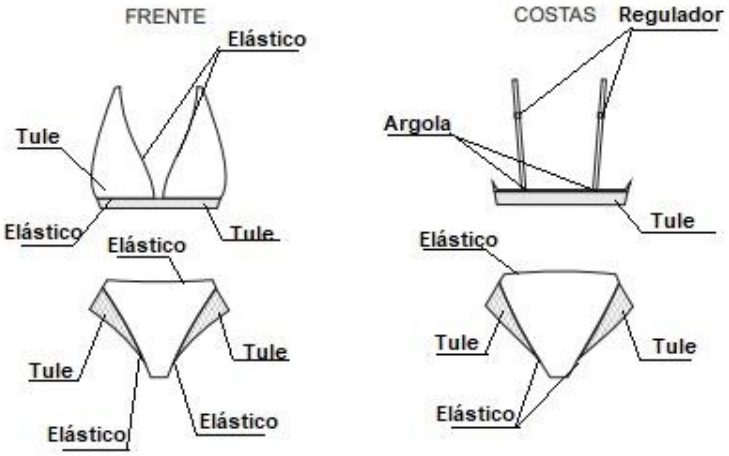
Juntar tecido principal com alças e forro deixando abertura para bojo removível, fazer costura a baixo do busto com passante para fio de tecido, rebater cava e decote com elástico 7mm.

Juntar forro e tecido principal com cós e barra rebatido com elástico 7mm, juntar lateral e entrepernas com overloque.

APÊNDICE CC: Ficha técnica do biquini aviador

FICHA TÉCNICA

COLEÇÃO	REF.
Flor Vermelho Sangue	009
DESCRIÇÃO DO MODELO	**DATA**
Aviador e *hot pant*	03/11/2020



APÊNDICE DD: Grade do modelo, tecido, aviamentos e processo de fabricação

GRADE DO MODELO

PP		P		M		G		GG		XGG	
1		1		1		1		1		1	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56

TECIDO

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	QUANTIDADE	CUSTO	CORES	FORNECEDOR
Lycra de praia	85% poliamida 15% elastano	25 cm	R$ 6,66		Levy tecidos
Tule de elastano	90% poliamida 10% elastano	40 cm	R$ 6,00		Levy tecidos
Forro Rosset	100% poliamida	20 cm	R$ 3,75	Cru	Levy tecidos

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	QUANTIDADE	CUSTO	CORES	FORNECEDOR
Elástico Zanotti	63% poliéster 37% elastano	2,87 cm	R$ 0,64	Cru	Levy tecidos
Indufios Helanca 150	100% Helanca				Levy tecidos
Linha de Helanca	100% Helanca				Levy tecidos
Argola e regulador	Metal	1	R$ 4,00	Prata	Levy tecidos
Bojo	60% poliuretano 40% poliéster	1	R$ 4,20	Branco	Levy tecidos

PROCESSO DE FABRICAÇÃO

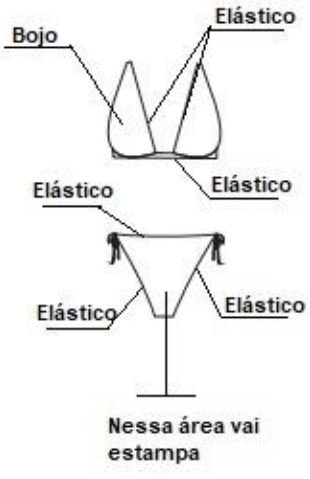
Costurar as laterais e alças com overloque, colocar argola e regulador nas alças, costurar tule a baixo do busto e costas, juntar tecido principal e forro deixando abertura para bojo removível, rebater a baixo do busto, cava e decote com elástico 7mm
Juntar forro e tecido principal com cós e barra rebatido com elástico 7mm, juntar lateral e entrepernas com overloque.

APÊNDICE EE: Ficha técnica do biquini aviador

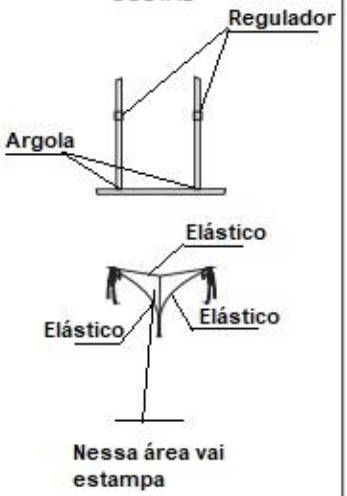
FICHA TÉCNICA

COLEÇÃO	REF.
Flor Vermelho Sangue	0010
DESCRIÇÃO DO MODELO	**DATA**
Aviador e fio duplo com armação	03/11/2020

FRENTE



COSTAS



APÊNDICE FF: Grade do modelo, tecido, aviamentos e processo de fabricação

GRADE DO MODELO

PP		P		M		G		GG		XGG	
1		1		1		1		1		1	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56

TECIDO

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	QUANTIDADE	CUSTO	CORES	FORNECEDOR
Lycra de praia	85% poliamida 15% elastano	25 cm	R$ 6,66		Levy tecidos
Forro Rosset	100% poliamida	20 cm	R$ 3,75	Cru	Levy tecidos

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	QUANTIDADE	CUSTO	CORES	FORNECEDOR
Elástico Zanotti	63% poliéster 37% elastano	2,45 cm	R$ 0,54	Cru	Levy tecidos
Indufios Helanca 150	100% Helanca				Levy tecidos
Linha de Helanca	100% Helanca				Levy tecidos
Argola e regulador	Metal	1	R$ 4,00	Prata	Levy tecidos
Bojo	60% poliuretano 40% poliéster	1	R$ 4,20	Branco	Levy tecidos

PROCESSO DE FABRICAÇÃO

Costurar as laterais e alças com overloque, juntar o tecido principal e forro, rebater a baixo do busto, cava e decote com elástico 7mm.

Juntar forro e tecido principal na parte da frente, fazer a parte de trás fio duplo, juntar lateral e entrepernas com overloque, rebater cós e barra da parte da frente com elástico 7mm.