

**Universidade do Vale do Paraíba
Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas e Comunicação
FCSAC**

Agnes Teixeira de Carvalho
Ingrid Hervatin Silva

COLEÇÃO ILUMINI

São José dos Campos, São Paulo
2018

**AGNES TEIXEIRA DE CARVALHO
INGRID HERVATIN SILVA**

COLEÇÃO ILUMINI

Relatório apresentado como parte das exigências da disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso, do curso de Design de Moda, da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas e Comunicação, da Universidade do Vale do Paraíba.

Orientação: Rachel de Aguiar
Cordeiro Mazzarino

São José dos Campos, SP

2018

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus, que nos deu forças para chegar até aqui. Nestes 4 anos de curso foram muitos desafios impostos no caminho, porém em nenhum momento nos desamparou.

Aos nossos professores, mestres de vida, que com muita paciência, amor e profissionalismo ajudaram a fazer de nós pessoas melhores. Em especial: Flávia Cardoso, Vânia Braz e Sérgio Gurgel de Albuquerque.

Aos nossos pais e namorados, patrocinadores de todos os sonhos. Gratidão por todo amor, apoio e paciência ao longo da caminhada.

Aos nossos colegas de faculdade Ingrid Marcondes, Jonas Ferraz e Yhor Barbosa, por toda ajuda de bom coração dada ao projeto.

Dedicamos este projeto a duas pessoas queridas que fizeram parte dessa etapa de nossas vidas, mas não se encontram mais conosco: Flávia Barreto e Veriano Miura.

SUMÁRIO

RESUMO	1
INTRODUÇÃO	2
CAPÍTULO 1: JUSTIFICATIVA E DESENVOLVIMENTO	4
CAPÍTULO 2: HISTÓRIA E INSPIRAÇÃO	6
2.1 SERES BIOLUMINESCENTES.....	7
2.1.1 OURIÇO DO MAR.....	7
2.1.2 BORBOLETA MARINHA	8
2.1.3 KRILL ANTÁRTICO.....	8
2.1.4 ATOLLA WYVILLEI.....	9
2.1.5 COGUMELOS LUMINOSOS	10
2.1.6 COCONUT OCTOPUS.....	11
2.1.7 COWFISH JUVENIL	12
2.1.8 LARVA MARINHA	13
2.1.9 VAGA-LUME.....	13
CAPÍTULO 3: PROCESSO CRIATIVO.....	14
3.1 MIMETIZAÇÃO.....	15
3.1.1 VAGALUME	15
3.1.2 COCONUT OCTOPUS.....	16
3.1.3 COGUMELO LUMINOSO	16
3.1.4 COWFISH JUVENIL	17
3.1.5 OURIÇO DO MAR.....	17
3.1.6 LARVA MARINHA	18

3.1.7 KRILL ANTÁRTICO.....	18
3.1.8 ATOLLA WYVILLEI.....	19
3.1.9 BORBOLETA MARINHA.....	20
CAPÍTULO 4: PÚBLICO E PRODUTO	20
4.1 PAINÉIS SEMÂNTICOS	20
4.2 CARTELA DE CORES.....	23
4.3 CARTELA DE TEXTURAS	23
4.4 CARTELA DE TECIDOS.....	24
CAPÍTULO 5: COLEÇÃO/PRODUTOS.....	24
5.1 COLEÇÃO	25
5.2 PRODUTO FINAL	55
CAPÍTULO 6: CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	65

SUMÁRIO DE FIGURAS

FIGURA 1: OURIÇO AZUL DO MAR	7
FIGURA 2: BORBOLETA MARINHA.....	8
FIGURA 3: KRILL ANTÁRTICO	9
FIGURA 4: ATOLLA WYVILLEI	10
FIGURA 5: COGUMELOS LUMINOSOS	11
FIGURA 6: COCONUT OCTOPUS.....	12
FIGURA 7: COWFISH JUVENIL	12
FIGURA 8: LARVA MARINHA.....	13
FIGURA 9: VAGALUME	14
FIGURA 10: VAGALUME	15
FIGURA 11: COCONUT OCTOPUS.....	16
FIGURA 12: COGUMELO LUMINOSO	16
FIGURA 13: COWFISH JUVENIL	17
FIGURA 14: OURIÇO LUMINOSO	17
FIGURA 15: LARVA MARINHA	18
FIGURA 16: KRILL ANTÁRTICO	19
FIGURA 17: ATOLLA WYVILLEI	19
FIGURA 18: BORBOLETA MARINHA.....	20
FIGURA 19: PAINEL SEMÂNTICO “PESSOA”.....	21
FIGURA 20: PAINEL SEMÂNTICO “AMBIENTE”	22
FIGURA 21: PAINEL SEMÂNTICO “LUGARES”	22
FIGURA 22: PAINEL SEMÂNTICO “OBJETOS”	22
FIGURA 23: CARTELA DE CORES.....	23
FIGURA 24: CARTELA DE TEXTURAS	23

FIGURA 25: CARTELA DE TECIDOS.....	24
FIGURA 26: PRODUTO FINAL - COLEÇÃO ILUMINI.....	55
FIGURA 27: PRODUTO FINAL - COLEÇÃO ILUMINI.....	56
FIGURA 28: PRODUTO FINAL - COLEÇÃO ILUMINI.....	57
FIGURA 29: PRODUTO FINAL - COLEÇÃO ILUMINI.....	58
FIGURA 30: PRODUTO FINAL - COLEÇÃO ILUMINI.....	59
FIGURA 31: PRODUTO FINAL - COLEÇÃO ILUMINI.....	60
FIGURA 32: PRODUTO FINAL - COLEÇÃO ILUMINI.....	61
FIGURA 33: PRODUTO FINAL - COLEÇÃO ILUMINI.....	62
FIGURA 34: PRODUTO FINAL - COLEÇÃO ILUMINI.....	63
FIGURA 35: PRODUTO FINAL - COLEÇÃO ILUMINI.....	64
FIGURA 36: RESPOSTA PERGUNTA 1 - PESQUISA QUALITATIVA	76
FIGURA 37: RESPOSTA PERGUNTA 2 - PESQUISA QUALITATIVA	76
FIGURA 38: RESPOSTA PERGUNTA 3 - PESQUISA QUALITATIVA	77
FIGURA 39: RESPOSTA PERGUNTA 4 - PESQUISA QUALITATIVA	77
FIGURA 40: RESPOSTA PERGUNTA 5 - PESQUISA QUALITATIVA	78
FIGURA 41: RESPOSTA PERGUNTA 6 - PESQUISA QUALITATIVA	78
FIGURA 42: RESPOSTA PERGUNTA 7 - PESQUISA QUALITATIVA	79
FIGURA 43: RESPOSTA PERGUNTA 8 - PESQUISA QUALITATIVA	79
FIGURA 44: RESPOSTA PERGUNTA 1 - PESQUISA QUALITATIVA Nº 2 .	80
FIGURA 45: RESPOSTA PERGUNTA 3 - PESQUISA QUALITATIVA Nº 2 .	81

Resumo: O presente trabalho aborda o tema seres bioluminescentes, tomando-os como inspiração para desenvolver a coleção. As texturas, cores e formas variadas dos animais serão trabalhadas aliadas à proposta de apostar em inovação como diferenciação, considerando o mercado atual e o público alvo. Espera-se que, com a adesão do público, a proposta passe a ser uma nova tendência. Entre os animais escolhidos, estão espécies como: água-viva, cogumelo luminoso, vaga-lumes, peixes, polvos, entre outros. Foram utilizadas pesquisas bibliográficas e documentais, e pesquisa de campo, a fim de complementar os conhecimentos em desenvolvimento de coleção adquiridos em aula.

Palavras-chave: Coleção; bioluminescência; biomimética

INTRODUÇÃO

A moda é um fenômeno que passa por várias fases, como lançamento, massificação, desgaste. Todo o processo de desenvolvimento gira em torno do público e sua demanda. Buscando atender as necessidades de cada estilo para que todo indivíduo possa se identificar ao vestir uma roupa, é feito um estudo para que exista um consenso, ou seja, é preciso que as pessoas acreditem, concordem e consumam a ideia lançada para que assim ela vire moda.

Uma das ferramentas utilizadas para contribuir na aceitação das novas ideias apresentadas pelas marcas é o *fast fashion*, estratégia de mercado que apresenta novos produtos de vestuário em ciclos muito curtos de fabricação e distribuição. O *fast fashion* também é sinônimo de inovação, uma vez que faz seus produtos se adaptarem as novas tendências ditadas pelo consumidor de modo eficaz e rápido. Também é caracterizado pela rápida produção de peças, trocando as coleções toda semana, levando as últimas novidades do mercado em tempo recorde e com baixos preços ao consumidor. Logo, existe a escassez de um diferencial nas peças que traga informação de moda e qualidade ao mesmo tempo. Ao analisar as atuais condições de procura do mercado da moda e o comportamento de consumo do público alvo, pode-se afirmar que se houvessem empresas que explorassem melhor suas coleções, diversificando temas, materiais, texturas e conteúdo, haveria aceitação por meio de um nicho específico. É preciso trazer ao mercado produtos que sejam atrativos ao consumidor que tenham personalidade e que possam apresentar novas opções de matérias-primas a serem utilizadas junto às tradicionais. Segundo pesquisas do SEBRAE¹ (Janeiro de 2016), os consumidores estão cada vez mais exigentes em relação aos produtos, onde nessa situação as marcas devem entrar em harmonia com os desejos dos clientes, proporcionando um leque de escolhas e opções satisfatórias.

¹ Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, que há 48 anos promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte no país. Promove o incentivo ao empreendedor, oferece cursos de capacitação e consultorias.

Dedicar tempo em pesquisas para oferecer artigos diferenciados, acrescentando valor aos mesmos é um dos caminhos para o desenvolvimento da moda brasileira. É preciso investir em nichos de mercado para acompanhar a nova tendência de comportamento do consumidor.

Este trabalho parte dos seres bioluminescentes e tem como objetivo criar uma coleção para o público feminino entre 18 e 25 anos, pertencentes as classes A e B, com inspiração nas características visuais da classe animal Bioluminescente, que são aqueles que realizam a emissão de luz própria e apresentam um ecossistema abundante em formas, cores e texturas. A coleção tem por proposta trazer um look moderno e diferenciado, através de um mix de materiais e acabamentos inovadores, proporcionando um design exclusivo e atendendo a necessidade dos consumidores de produtos distintos.

As classes A e B foram escolhidas por suas características de consumo, onde o movimento por eles gerado no mercado têxtil ocorre de maneira rápida, normalmente acompanhando eventos temáticos ou semelhantes que demandam a compra de novos produtos. Seu potencial de consumo no mundo fashion a nível nacional é forte, conforme apontam pesquisas feitas pela Fundação Getúlio Vargas (2010), que mostram que as classes em foco gastaram juntas em 2012 uma média de R\$ 136 bilhões com o mercado da moda. Por terem acesso facilitado a informação (por exemplo: mídias sociais, eventos, reportagens), estão mais atentos em relação as tendências e em sua maioria são influenciados pela propaganda na hora da compra.

Em complemento, pode-se observar a presença de um mercado próspero por conta da ideia ainda pouco explorada. O projeto desenvolvido a partir de pesquisas bibliográficas, documentais e pesquisa de campo qualitativo, pretende trazer novas possibilidades para o mercado da Moda regional.

1 – JUSTIFICATIVA E DESENVOLVIMENTO

O Brasil é o 6º maior produtor têxtil do mundo e a indústria da moda a segunda maior geradora de empregos, segundo dados de 2017 da ABIT². O mercado da Moda vem se expandindo e ganhando espaço no cenário da economia mundial, movimentando eventos e sendo reconhecido como uma das áreas mais fortes do campo financeiro. O setor têxtil/confecção brasileiro é destaque no cenário estrangeiro, sendo referência pelo seu profissionalismo, sua criatividade e tecnologia. Atinge a 2ª posição como maior produtor de brim e a 3ª posição na produção de malhas. De acordo com pesquisas da ABIT, em 2017 o ramo faturou US\$ 5,4 bilhões a mais que em 2016.

Os responsáveis por grande parte deste faturamento são os consumidores pertencentes as classes A e B, que não medem os gastos quando se trata de moda. Com a demanda cada vez mais exigente em relação aos produtos, esse público busca inovação e personalidade cada vez que vai as compras.

Isso acarreta no nascimento de um novo nicho de mercado a ser explorado, junto a oportunidade de investir/suprir as necessidades deste grupo.

Para realizar a produção dessas peças, existem vários processos a serem seguidos. Segundo Gomes (1992, p.43), uma coleção "é a reunião ou conjunto de peças de roupas e/ou acessórios que possuam alguma relação entre si". Essa relação geralmente está focada no tema eleito (o qual é ligado ao estilo do público alvo e a imagem da marca). O processo de criação engloba etapas como: Inspiração; Planejamento; Cronograma; Dimensão da Coleção e Briefing. Estes processos são caminhos necessários para que o objetivo de desenvolver uma coleção seja alcançado de modo satisfatório.

“O tamanho da coleção irá depender das estratégias de comercialização de cada empresa (por exemplo: confecções que vendem apenas atacado, confecções que vendem apenas varejo e até mesmo confecções que realizam ambas maneiras de venda). Normalmente, o mínimo de uma coleção gira em torno de 20 peças a 30 peças e o máximo em torno de 80. Outra decisão a ser tomada pela marca é se o método de armazenamento será o de estocagem, onde se faz um estoque mínimo de peças para comercializar ou o de faturamento médio, no qual o faturamento deve ser de pelo menos cinco

² Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção, fundada em 1957, é uma das mais importantes entidades dentre os setores econômicos do país. Todos os anos, traz notícias, balanços e pesquisas a respeito do mercado têxtil brasileiro.

vezes o valor de seu custo fixo". (Chaddad, apud Treptow, 2013, p. 99).

Através de pesquisas em busca de uma inspiração para o desenvolvimento da coleção, foi escolhido o tema: Animais bioluminescentes. Estes são seres que produzem luz devido a uma reação química dentro de seus organismos gerando uma luminosidade fria. A maioria das criaturas bioluminescentes são encontradas no oceano, como peixes, bactérias e geleias. Em terra, os representantes mais conhecidos da classe são vaga-lumes e fungos.

A coleção Ilumini foi projetada para trazer inovação, utilizando de materiais, texturas e cores que cativem o público através dos elementos de estilo e design inspirados pelos seres luminosos. Além de suas formas e cores, são proporcionadas inúmeras possibilidades por meio de suas silhuetas, linhas corporais angulosas, A utilização de tintas não convencionais (diferente do *silk*, por exemplo) na produção e acabamento das roupas é o grande diferencial do projeto, tendo em vista que apesar de ser um elemento inovador inserido nas peças ainda permite que os custos de fabricação sejam razoáveis. São de fácil acesso e possuem custo médio em relação a outros produtos semelhantes no mercado. Através disso, poderão ser produzidos efeitos e texturas nas peças de modo que a mimetização se concretize sem apelo conceitual, ou seja, todo desenvolvimento desde a criação até o produto final foi feito estrategicamente para atingir o estilo comercial. Em complemento, a coleção busca despertar novas tendências de consumo através de roupas diferenciadas, de modo que se possa revelar as empresas uma nova maneira de criar, ou seja, mostrar que por meio de inspirações distintas e um mix de materiais é possível desenvolver e produzir peças novas que provoquem o interesse do consumidor. Formada por linhas de design e linhas de estilo.

Por meio de um painel de inspiração composto por 8 animais do gênero, foram extraídas cores, texturas e formas, utilizadas para desenvolver a presente coleção, tendo por público alvo mulheres de 18 a 25 anos de idade, pertencentes as classes A e B.

2 – HISTÓRIA E INSPIRAÇÃO

Luminescência ou fosforescência é o fenômeno apresentado por organismos vivos como resultado de processos de oxidação interna. (Michaelis - Dicionário da Língua Portuguesa, 2012, online).

O fenômeno da bioluminescência é dado pela emissão de luz fria em um organismo vivo, resultado de uma reação química onde a energia comum é transformada em energia luminosa. Existem 3 tipos de classificação da emissão de luz fria:

- Bioluminescência: é um tipo de quoluminescência (emissão de luz não acompanhada de calor) onde as reações de produção de luz acontecem dentro dos organismos.
- Fluorescência: a energia, vinda de uma fonte externa, é absorvida e imediatamente reemitida.
- Fosforescência: similar a fluorescência, resulta num maior tempo de emissão de brilho, mesmo após a retirada da fonte externa de energia.

Alguns organismos podem produzir luz na ausência de oxigênio dissolvido, como por exemplo: Ctenóforos (Beroe e Eucharis), Ciphomedusa Pelagia e Radiolários (Thalassicola e Colozoum). (Harvey, 1955, online)

O processo de transformação da energia química para energia luminosa se dá pela junção de moléculas de luciferina (molécula emissora de luz), onde ocorre posteriormente a oxidação, catalisada pela luciferase.



As moléculas denominadas luciferinas são oxidadas pelo oxigênio, induzindo uma reação química automática que decaee como luminosidade.

2.1 SERES BIOLUMINESCENTES

São aqueles que emitem luz fria própria, mas principalmente os de ambiente marinho. Gerada por reações químicas altamente exotérmicas (reação química onde a energia é transferida de um meio interior para um meio exterior), catalisadas (aumento da velocidade química de uma reação) enzimaticamente nas quais a energia vinda das ligações químicas é transformada em energia visível.

2.1.1 OURIÇO DO MAR

O ouriço do mar é um animal espinhoso que vive no fundo do mar rochoso, em águas rasas e profundas. Semelhante a estrelas do mar, possuem um sistema vascular e tem tamanho variado de cerca de 3 cm a 10 cm de diâmetro, revestidos por espinhos móveis que servem para se camuflar e proteger. As conchas dentro desses seres são compostas de placas que os protegem de serem danificadas. Deste animal serão utilizados como elemento da coleção as formas de seus espinhos, sua cor e luminosidade.



Figura 1: Ouriço azul do mar (Blue Sea Urchin) Fonte: La bioluminescence.

2.1.2 BORBOLETA MARINHA

Borboletas marinhas são encontradas em todos os oceanos do mundo. A maioria possui uma concha fina, transparente e leve que pode ser calcificada (processo no qual os sais de cálcio se acumulam nos tecidos moles) ou cartilaginosa (forma de tecido conjuntivo mais rígido que possui uma cicatrização lenta por não possuir vasos condutores). O pé característico encontrado nos gastrópodes evoluiu para um par de asas que os agitam e os impulsionam pela água. Durante a noite, a bioluminescência da borboleta marinha é uma ferramenta de camuflagem para proteção contra predadores. Quando isso ocorre, sua sombra que é causada pelo reflexo da luz da lua no mar é apagada. Deste animal serão utilizados como elemento da coleção formas de seu corpo como as asas abertas, a ponta da cauda e sua mescla de cores.



Figura 2: Borboleta marinha (Sea Butterfly). Fonte: Deep Sea Animals.

2.1.3 KRILL ANTÁRTICO

Krill antártico é um crustáceo que mede de 7 a 8 cm conhecido por ser uma boa fonte de nutrientes para o ser humano. É encontrado na superfície até 2.000 metros de profundidade. Durante o dia, é bem semelhante a um camarão comum, porém a noite emite uma luz azul-esverdeada por meio de 5 pares de

órgãos luminosos repartidos da base dos olhos ao abdômem. Deste animal serão utilizados como elemento da coleção seus traços de silhueta, coloração metálica e formas para efeitos tridimensionais.



Figura 3: Krill antártico. Fonte: Wikipédia.

2.1.4 ATOLLA WYVILLEI

Atolla Wyvillei é uma espécie de água viva encontrada nos mares da antártica, Antártida, norte atlântico, pacífico, golfo do México e entre outros da costa da Nova Zelândia. Possui longos tentáculos e cores fortes. Quando se sente ameaçada por outros animais, emite luz própria piscando raios azuis atraindo seres maiores que acabam comendo seus predadores. Deste animal serão utilizados como elemento da coleção seus tentáculos, linhas e formas de sua cabeça e coloração forte.

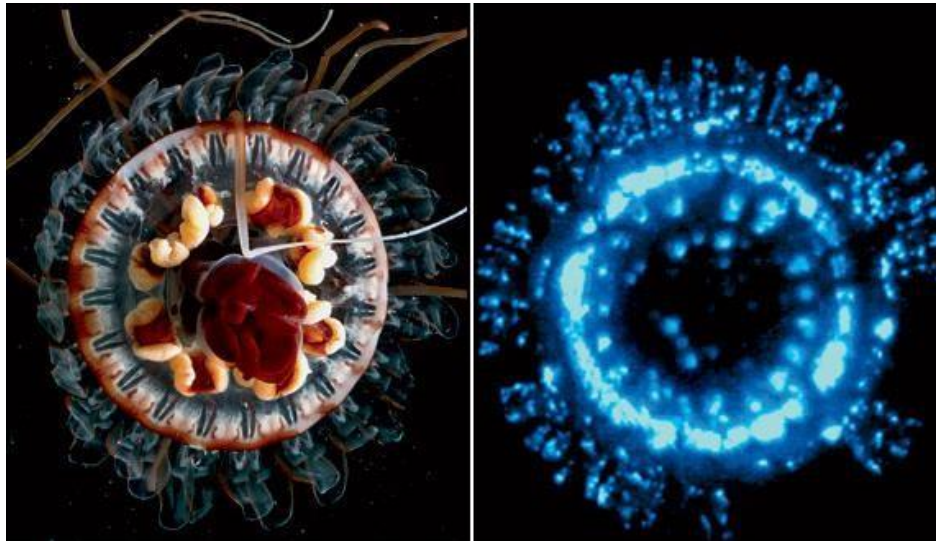


Figura 4: Atolla Wyvillei (Água viva). À esquerda em sua forma natural. À direita emitindo luz em modo de defesa. Fonte: Living Light.

2.1.5 COGUMELOS LUMINOSOS

Os cogumelos luminosos são um grande mistério para a ciência até hoje. Emitindo uma luz brilhante com tom esverdeado, sua maior incidência acontece no Japão. Uma reportagem da BBC revelou que existem 71 espécies de fungos que emitem luz, e 12 delas estão presentes no Brasil. Apesar de tudo, a ciência ainda não desvendou o processo químico que permite que o fungo produza luz. Deste animal serão utilizados como elemento da coleção as listras que formam suas fibras, coloração, transparência e formas.



Figura 5: Cogumelos luminosos. Fonte: Top Biologia.

2.1.6 COCONUT OCTOPUS

Coconut Octopus, também conhecido como “polvo de coco” é um cefalópode (os moluscos marinhos como os polvos e as lulas. Os animais dessa classe apresentam o corpo com simetria bilateral) de tamanho médio, que pode ser encontrado nos mares tropicais como o Pacífico. Se alimenta de crustáceos e possui alguns comportamentos atípicos como a deslocação bípede e a recolha de cocos abertos (para se abrigar). Com seus tentáculos medindo cerca de 15 cm, possui cores contrastantes, geralmente sendo cores em tons mais escuros com pequenos traços cintilantes em cores brilhantes. Deste animal serão utilizados como elemento da coleção a forma de seus tentáculos para aplicar tridimensionalidade as roupas, a textura de seu corpo e seus pontos luminosos.



Figura 6: Coconut Octopus. Fonte: AnimalSpot.net

2.1.7 COWFISH JUVENIL

Cowfish juvenil é um peixe que vive em recifes de corais e se alimenta de plantas e peixes menores. Utiliza de sua bioluminescência para se proteger de predadores assim como para capturar seu alimento (podendo utilizar tanto de suas cores como da ausência das mesmas – transparência). Deste animal serão utilizados como elemento da coleção sua textura geométrica, linhas e formas angulosas, transparência e mescla de cores.

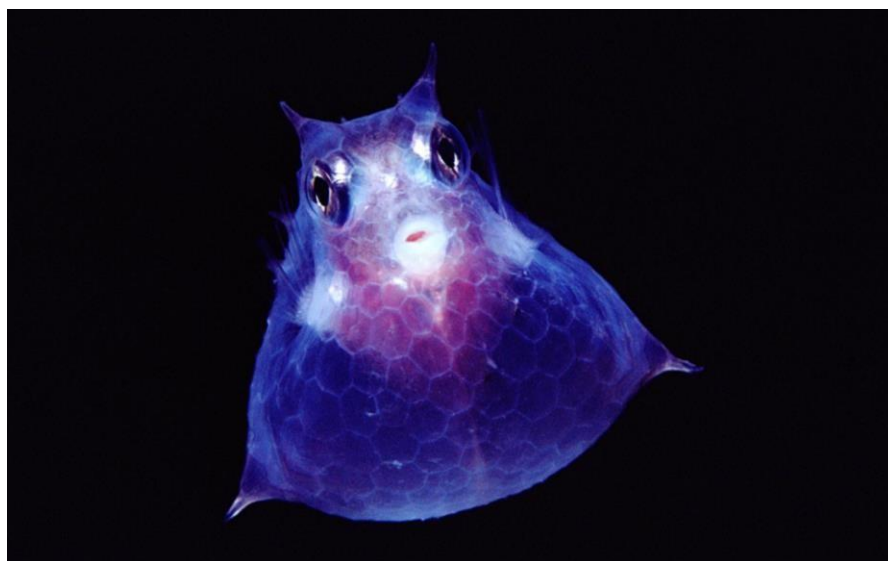


Figura 7: Cowfish juvenil. Fonte: Pinterest.

2.1.8 LARVA MARINHA

Conhecidas como pelagosferas (determinada classe animal de larvas), as larvas das espécies de sipuncúlidos (grupo animal que classifica cerca de 320 espécies marinhas de águas pouco profundas, em sua maioria com 10 cm de comprimento e corpo cilíndrico) são transparentes e nadam na água durante meses até se transformarem em adultas (com aparência vermiforme), onde passam a viver enterradas na areia. Deste animal serão utilizados como elemento da coleção a forma de seus tentáculos, transparência e suas cores.



Figura 8: Larva marinha. Fonte: Pinterest.

2.1.9 VAGA-LUME

O vaga-lume, também chamado de pirilampo, faz parte da família dos coleópteros, caracterizados por emissão de luz fosforescente. Muito comum no Brasil, eles se alimentam de vegetais e possuem órgãos bioluminescentes na região inferior da parte abdominal. É um animal com hábitos noturnos. Deste animal serão utilizados como elemento da coleção a forma e o tamanho de seu corpo, além de sua luminosidade.



Figura 9: Vaga-lume. Fonte: Pinterest.

3 – PROCESSO CRIATIVO

O planejamento de uma coleção é um conceito complexo que engloba decisões importantes para o seguimento do projeto, como definição do cronograma, seleção de produtos, estratégias de divulgação, distribuição e feedback do mercado. Esta etapa vai além de ser um processo de criação, pois inclui análises de viabilidade e implementação no mercado, assim como sua coerência comercial como coleção.

Através de um brainstorming (expressão para definir uma tempestade de ideias), foram listados temas da atualidade e coisas do gosto pessoal das autoras do presente trabalho, de forma que a partir de uma conexão entre os assuntos, fosse eleito o conteúdo principal a ser estudado.

Para o desenvolvimento da coleção Ilumini, foram realizadas pesquisas a respeito dos animais bioluminescentes, onde vivem e como ocorre o fenômeno da luminescência. Através de artigos científicos, livros e matérias online, foi possível ter melhor compreensão sobre o tema escolhido.

Para que pudessem ser feitos os primeiros esboços da coleção, foi necessário produzir um painel de inspiração para que assim fossem observadas todas as possibilidades de criação, através das cores, texturas, formas e tamanhos proporcionados pelos seres bioluminescentes. Também foram feitos painéis de

persona, lugar, ambiente e objetos, para obter melhor visualização sobre o público alvo.

Através de uma discussão a respeito de quem a coleção busca vestir, a que público se quer ofertar os produtos e qual estilo seria desenhado, foi decidido seguir uma linha cool e moderna, de modo que além de acessível as peças também agradem não apenas um gosto específico, conforme capítulo de introdução.

3.1 MIMETIZAÇÃO

Para melhor visualização dos elementos captados dos animais bioluminescentes inseridos na coleção, foi desenvolvido um estudo de imagem para explicar suas particularidades e detalhes específicos.

3.1.1 VAGALUME

Seu formato, textura, transparência e brilho foram utilizados na inspiração e construção de 2 looks, que resultou na tridimensionalidade com pequenos detalhes e em uma versão repaginada do corpo do vagalume, de modo totalmente comercial.



Figura 10: Vagalume (à esquerda) e looks inspirados (à direita).

3.1.2 COCONUT OCTOPUS

Suas formas e textura inspiraram 2 looks, onde foram trazidos através da tridimensionalidade seus tentáculos e seus pontos de luz.



Figura 11: Coconut Octopus (à esquerda) e looks inspirados (à direita).

3.1.3 COGUMELO LUMINOSO

Por meio de suas fibras internas foram inspirados 2 looks, onde foi replicada essa textura de listras através de um mix de materiais.



Figura 12: Cogumelo luminoso (à esquerda) e looks inspirados (à direita).

3.1.4 COWFISH JUVENIL

Por meio de sua transparência, textura geométrica e mescla de cores foram produzidos 3 looks, onde a transparência, traços, linhas e formas foram utilizados principalmente de modo gradativo.



Figura 13: *Cowfish* Juvenil (à esquerda) e looks inspirados (à direita).

3.1.5 OURIÇO LUMINOSO

Foram criados 2 looks inspirados no ouriço luminoso, onde através da tridimensionalidade, foram trazidos para a roupa o volume de seus espinhos e seu brilho fluorescente.



Figura 14: Ouriço luminoso (à esquerda) e looks inspirados (à direita).

3.1.6 LARVA MARINHA

Pela riqueza de suas formas e mescla de cores, foram inspirados 2 looks onde seus tentáculos foram reproduzidos no short de modo tridimensional em um trançado e no vestido por uma faixa com sua cor original, leve transparência e amarração no busto.



Figura 15: Larva marinha (à esquerda) e looks inspirados (à direita)

3.1.7 KRILL ANTÁRTICO

Através de sua coloração metalizada, a sequência de suas patas e o contorno de seu corpo foram inspirados 3 looks, onde foram reproduzidos seus traços por meio das cores, tridimensionalidade e silhueta.



Figura 16: Krill antártico (à esquerda) e looks inspirados (à direita).

3.1.8 ATOLLA WYVILLEI

Por meio de seus tentáculos, forma almofadada da cabeça e contraste de cores, foram inspirados 2 looks. Neles foram aplicados seus traços através da gradação, linhas e silhueta.



Figura 17: Atolla Wyvillei (à esquerda) e looks inspirados (à direita).

3.1.9 BORBOLETA MARINHA

Por suas formas, transparência, leveza e mescla de cores, foram desenvolvidos 2 looks. Neles foram trabalhados mix de texturas, tecidos fluidos e seus traços na modelagem.



Figura 18: Borboleta marinha (à esquerda) e looks inspirados (à direita).

4 – PÚBLICO E PRODUTO

Todos os dias as pessoas são influenciadas por diversos fatores que dão interferência em suas escolhas no ato da compra e se deparam com várias opções de produtos. Deste modo, um dos fatores que mais tem peso na hora de adquirir algo novo é: qual experiência aquele produto irá proporcionar ao comprador?

Sempre em busca de novas experiências, itens exclusivos, preocupados com a aparência e antenados nas últimas novidades, o público alvo pertencente as classes A e B demandam de opções que atendam seus hábitos de consumo, conforme citado na introdução do presente trabalho.

4.1 PAINÉIS SEMÂNTICOS

Foram desenvolvidos painéis semânticos divididos em: pessoa, lugares, ambiente e objetos, os quais reúnem imagens ligadas ao público alvo para a melhor visualização e identificação de elementos

para o desenvolvimento da coleção. As 4 categorias foram escolhidas pois cada uma em sua particularidade tem ligação com o tema proposto pela coleção. Os seres iluminam o ambiente, é possível enxergar as luzes na cidade. O direcionamento do público é para o ambiente urbano, para ambientes fechados, de rua, que tenha iluminação neon, que tenham essa referência forte a pontos de luz.



Figura 19: Painel semântico "Pessoa" (fonte imagens: Pinterest)

A persona que dá rosto a marca tem várias faces: é sexy, é romântica, é extrovertida, é despojada. Com a vida agitada, está sempre na rua. É da balada, gosta da noite. Sua roupa tem que ser mutável e fácil de adaptar. É vaidosa, sua roupa tem que te fazer sentir única.

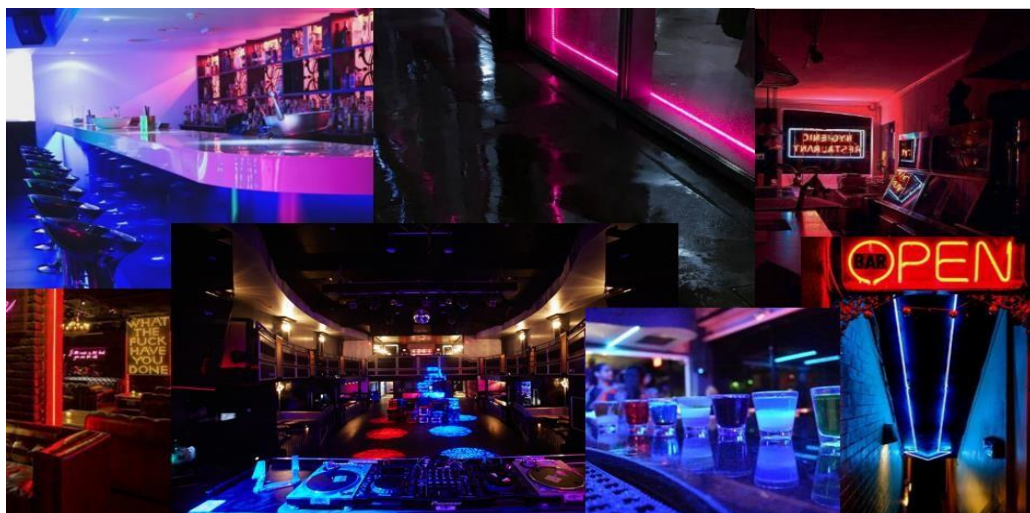


Figura 20: Painel semântico "Ambiente" (fonte imagens: Pinterest)



Figura 21: Painel semântico "Lugares" (fonte imagens: Pinterest)



Figura 22: Painel semântico "Objetos" (fonte imagens: Pinterest)

4.2 CARTELA DE CORES

Com uma ampla diversidade de tons trazidos pelos seres, a paleta de cores eleita para a coleção Ilumini evolui de tons mais comuns até os mais coloridos.



Figura 23: Cartela de cores coleção Ilumini.

4.3 CARTELA DE TEXTURAS

Com grande contraste em toque, resiliência e semelhança a textura dos seres, a cartela abaixo foi escolhida para trazer mais personalidade a coleção em junção a técnica de mimetização.

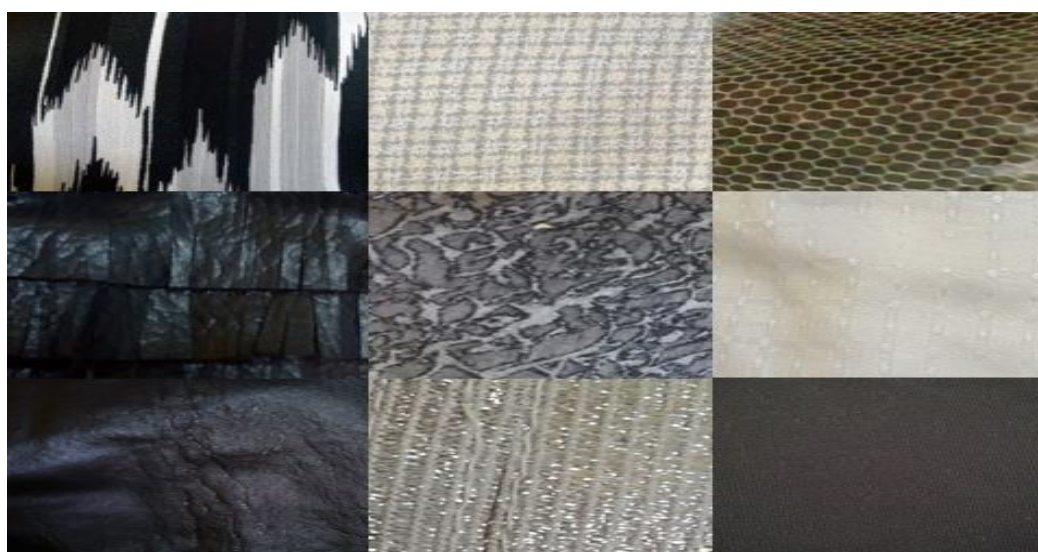


Figura 24: Cartela de texturas coleção Ilumini.

4.1 CARTELA DE TECIDOS

Os tecidos escolhidos para realizar a coleção Ilumini foram: moletinho, tule, forro, lãzinha, couro *fake*, poliamida dry fit, jeans e viscose. Cada um com sua característica em particular contribuiu para que a mimetização fosse feita de modo mais fiel aos seres.



Figura 25: Cartela de tecidos coleção Ilumini.

5 – COLEÇÃO / PRODUTOS

Seguem abaixo as peças produzidas pela coleção Ilumini. Com 20 looks criados, os 10 confeccionados estão seguidos de suas respectivas fichas técnicas.

5.1 COLEÇÃO

5.2 Produto Final



Figura 26: Produto final - coleção Ilumini



Figura 27:Produto final - coleção Ilumini

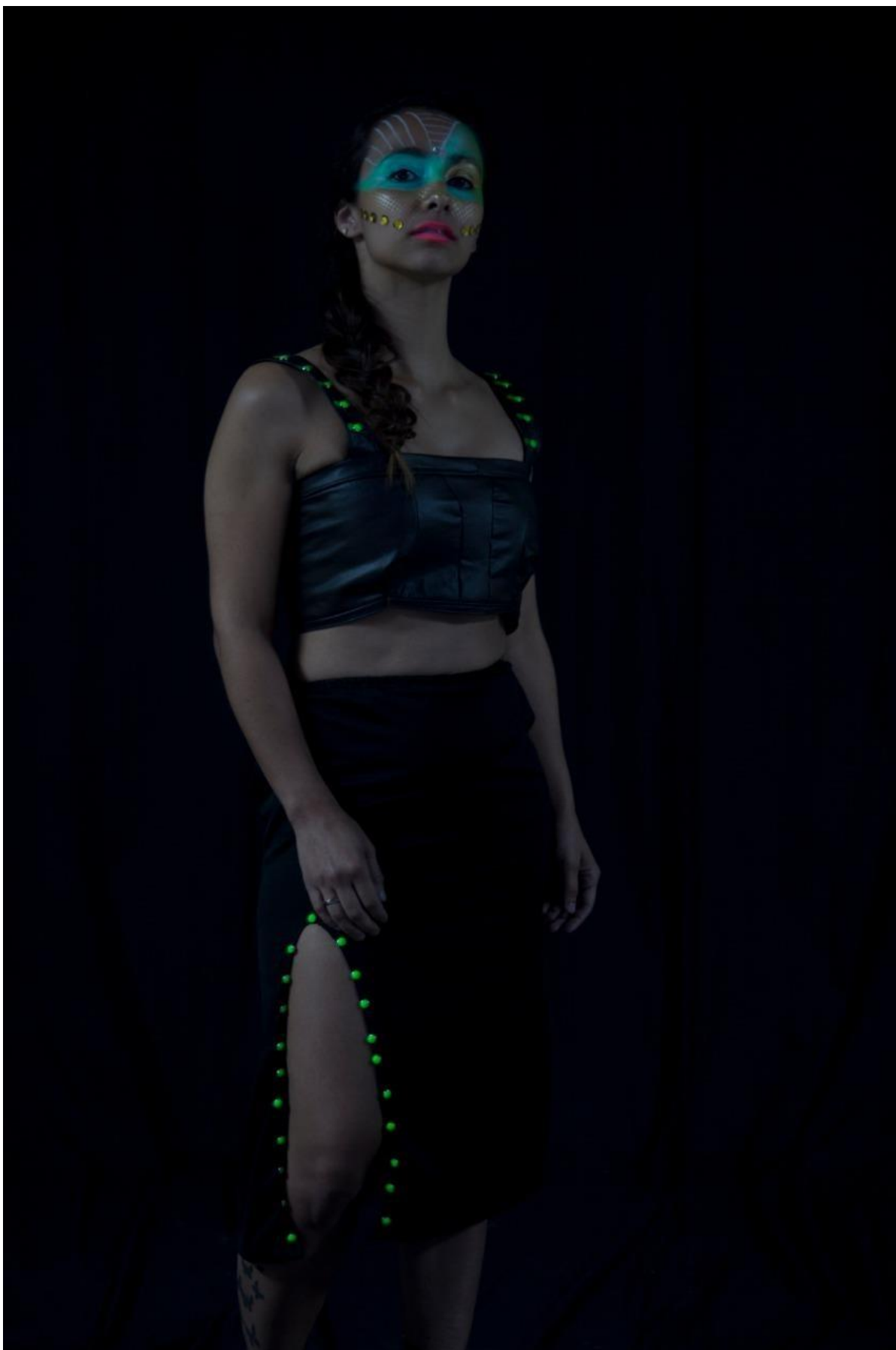


Figura 28: Produto final - coleção Ilumini

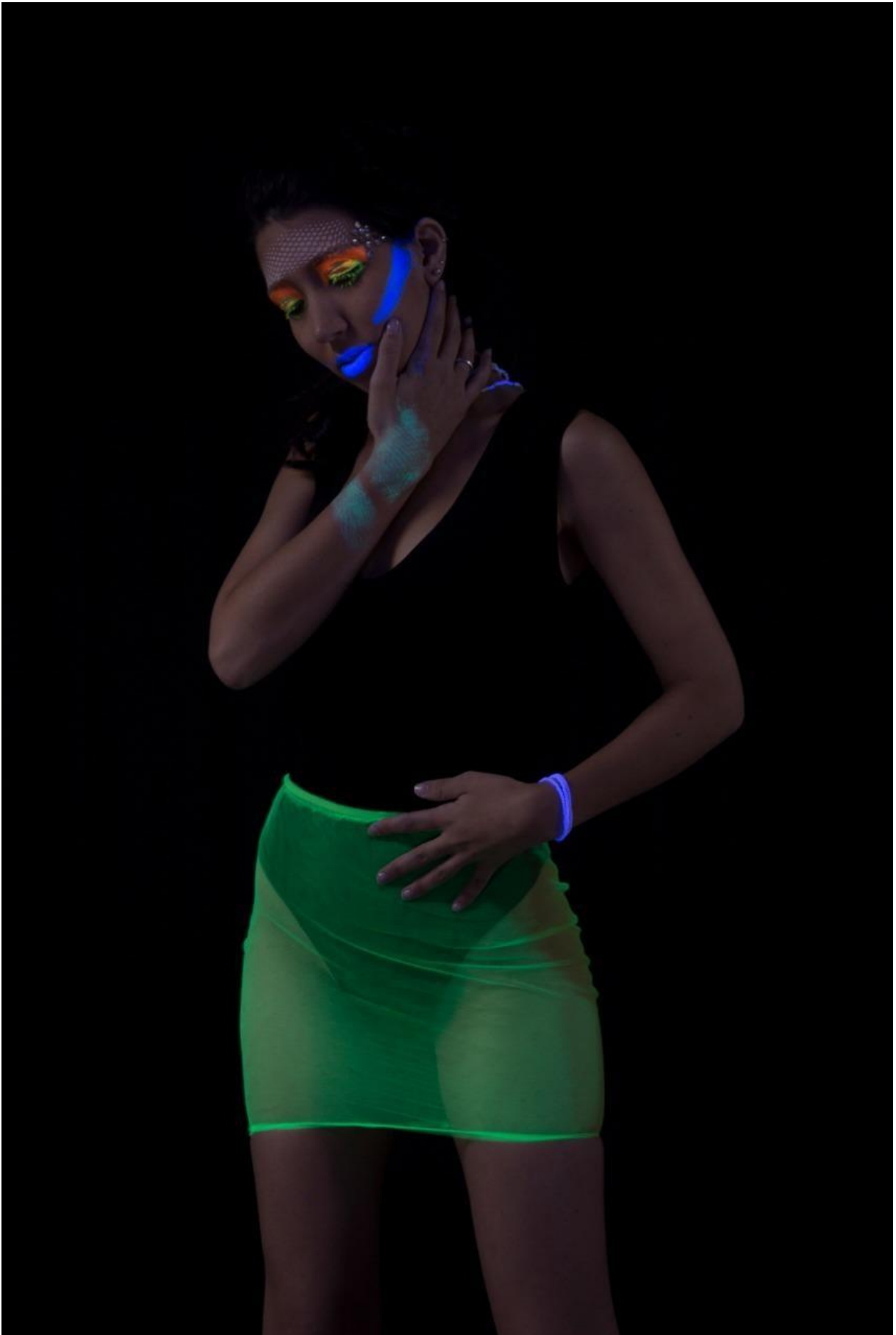


Figura 29: Produto final - coleção Ilumini



Figura 30: Produto final - coleção Ilumini

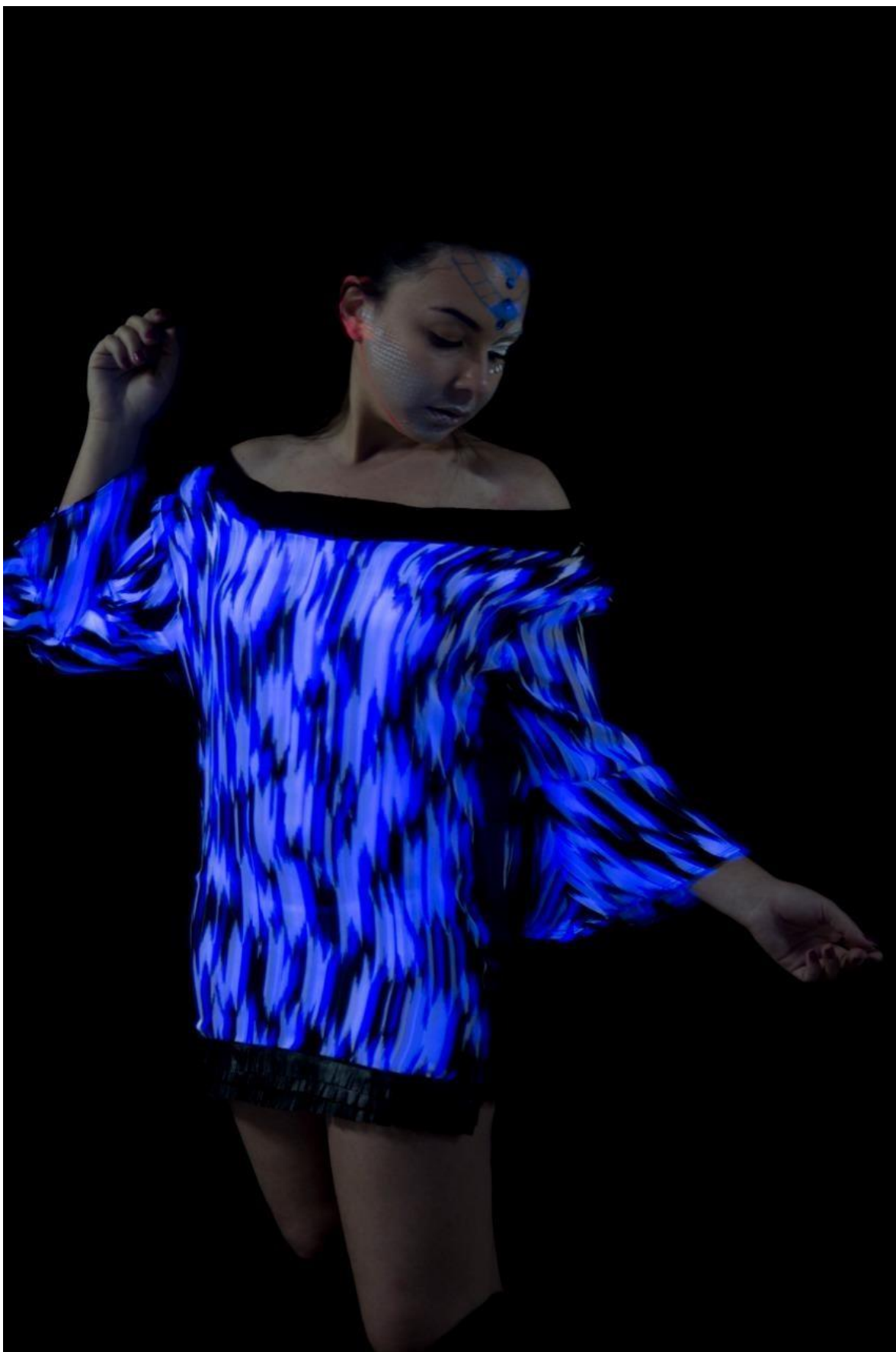


Figura 31: Produto final - coleção Ilumini



Figura 32: Produto final - coleção Ilumini



Figura 33: Produto final - coleção Ilumini



Figura 34: Produto final - coleção Ilumini



Figura 35: Produto final - coleção Ilumini

6 – Considerações Finais

Através de do projeto desenvolvido, concluímos que é possível desenvolver uma coleção do seguimento *Fast Fashion*, baseada em qualquer tipo de tema.

Por meio de estudos e pesquisas realizados para ter conhecimento sobre a viabilidade da coleção, conseguimos perceber a presença de um nicho de mercado que busca por inovação a todo momento em produtos que possam ser adquiridos a pronta entrega. Deste modo, unindo essa demanda a um planejamento de coleção e pesquisas voltadas a obter fontes distintas de inspiração, pode-se concretizar uma coleção.

Buscando acompanhar os ciclos da moda, a Ilumini possibilitou trazer a luminescência, o brilho, a transparência e as demais características do tema inspiração “Seres Bioluminescentes” para as peças sem apelo conceitual. Todo planejamento foi desenvolvido para obter um resultado de punho comercial na coleção.

O uso de tintas não convencionais para trazer a mimetização de modo fiel para a coleção ficou devendo em alguns fatores, devido ao alto custo dos materiais que não cabiam na proposta da coleção. Esses produtos após aplicados no tecido, com alteração de temperatura ou luminosidade do ambiente trocariam de coloração (cerca de R\$ 1.000 por meio quilo de tinta). Sendo assim, a alternativa foi trazer para as peças tintas mais acessíveis (porém também não de uso convencionais) que trouxessem uma coloração forte e diferente, assim como a dos seres, entretanto que para ter o efeito desejado necessitou do auxílio de luz negra (custo de R\$ 50 o kit com 6 cores de tintas).

O mix de materiais teve um bom resultado, obtendo contrastes de tecidos fluidos junto a firmes e sintéticos, estampas, e o principal fator: tridimensionalidade, uma das principais características dos seres desejadas para serem retratadas nas peças. Com o uso de paetês, tecidos texturizados como o linho, estruturados como o tule e firmes como o couro *fake*, foi possível reproduzir o efeito 3D desejado na coleção.

Com os 20 looks criados voltados para o seguimento *Fast Fashion*, as peças passam uma imagem moderna, carregam informação de moda e

personalidade, introduzindo a tendência neon para o público e atendem à demanda do mercado. Por fim, podemos concluir que o objetivo de desenvolver uma coleção inspirada na classe animal “Seres bioluminescentes”, utilizando de suas características físicas por meio da mimetização foi concluída com sucesso.

REFERÊNCIAS

- GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa**. 1. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em: 20/04/2017.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008. Disponível em: <<https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>>. Acesso em: 20/04/2017.
- LOPES; J. **O fazer do trabalho científico em ciências sociais aplicadas**. 1. ed. Recife: Universitária, 2006.
- MACEDO; N. **Iniciação à pesquisa bibliográfica: guia do estudante para fundamentação do trabalho de pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Unimarco, 1996.
- MODA: PERFIL DE CONSUMO DAS CLASSES A E B**. SEBRAE. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/wcontent/uploads/2015/10/2014_03_31_BO_Nov_Moda_CompConsAB_pdf.pdf>. Acesso em: 30 de agosto de 2018.
- O CONSUMIDOR É UM SER MUTANTE**.SEBRAE. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-consumidor-e-um-ser-mutante,7f6e7b3832af5410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em: 02 de abril de 2018.
- GUIA: A HISTÓRIA DA MODA - TUDO SOBRE A REVOLUÇÃO NO MODO DE SE VESTIR**. 1. ed. São Paulo: OnLine, 2017.
- POLIZELLI, M. **Cromoterapia**. 1. ed. São Paulo. s.n. 2015.
- RAMPAZZO, L. **Metodologia Científica: para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação**. 3. ed. São Paulo: Loyola, 2005.
- RENFREW, E. RENFREW, C. **Desenvolvendo uma coleção**. 1. ed. Rio Grande do Sul: Bookman, 2010.
- VADIM; R. BECHARA; E. **Um prêmio Nobel para uma proteína brilhante**. UNIMEP. Disponível em: <http://www.cienciamao.usp.br/dados/qne/_atualidadesemquimicaumpr.artigocompleto.pdf>. Acesso em: 20 de março de 2018.
- YIN; R. **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. 1. ed. Porto Alegre: Penso, 2016.
- SVENDSEN; L. **Moda: Uma filosofia**. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

LAVÉ; J. **A roupa e a moda: uma história concisa.** 1. ed. São Paulo:
Companhia das Letras, 1982

ANEXO A: Questionário aplicado.

PESQUISA DE PÚBLICO ALVO – COLEÇÃO ILUMINI

RESULTADOS OBTIDOS

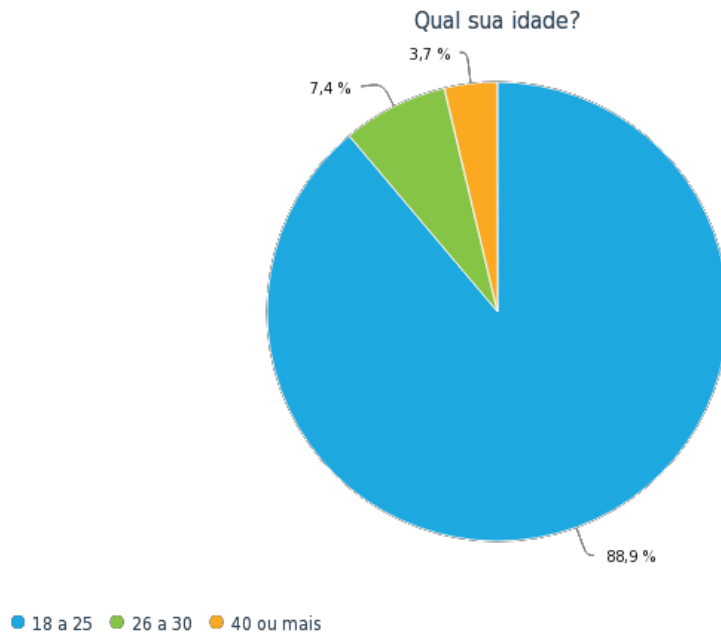


Figura 36: Resposta da pergunta nº1 da pesquisa qualitativa.

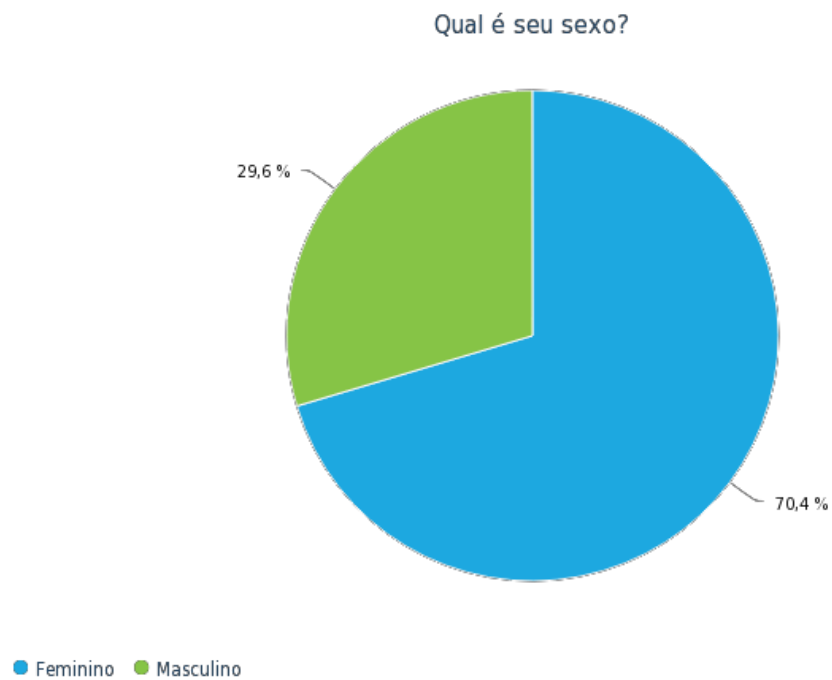


Figura 37: Resposta da pergunta nº2 da pesquisa qualitativa.

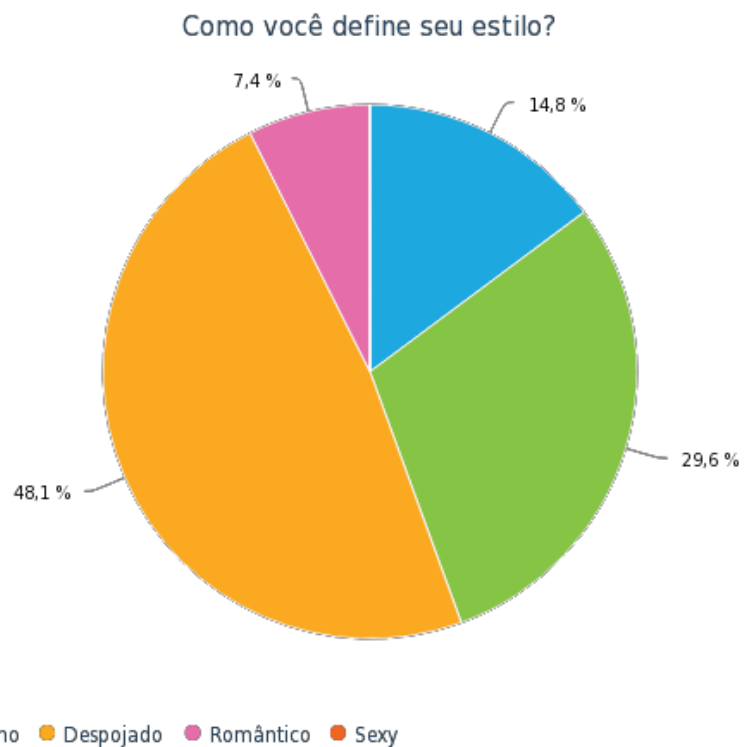


Figura 38: Resposta da pergunta nº3 da pesquisa qualitativa.

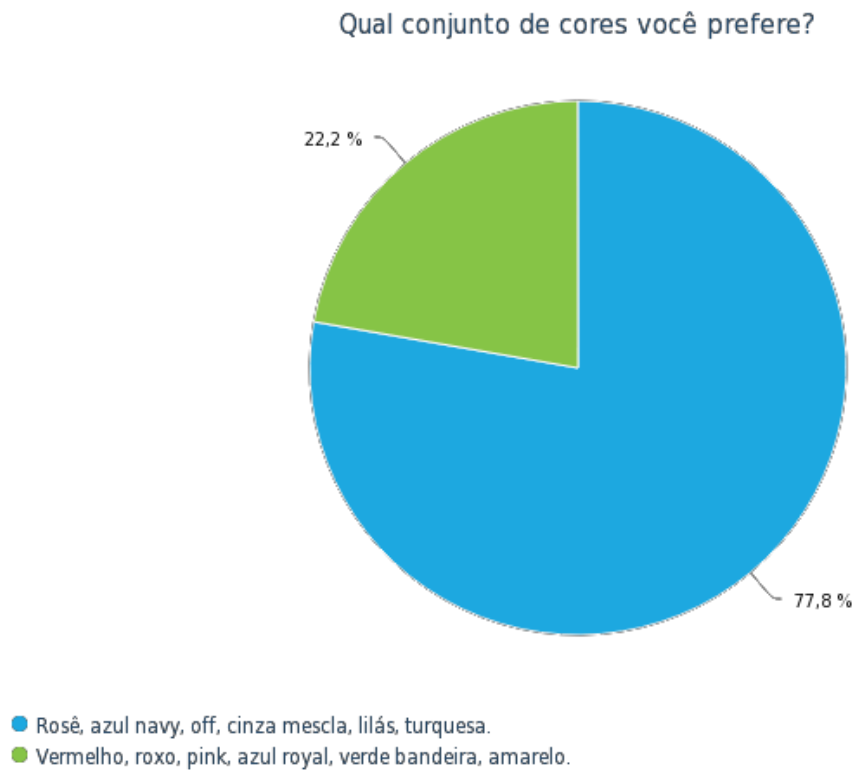


Figura 39: Resposta da pergunta nº4 da pesquisa qualitativa.

Quanto estaria disposto a pagar numa peça de roupa que lhe agrade?

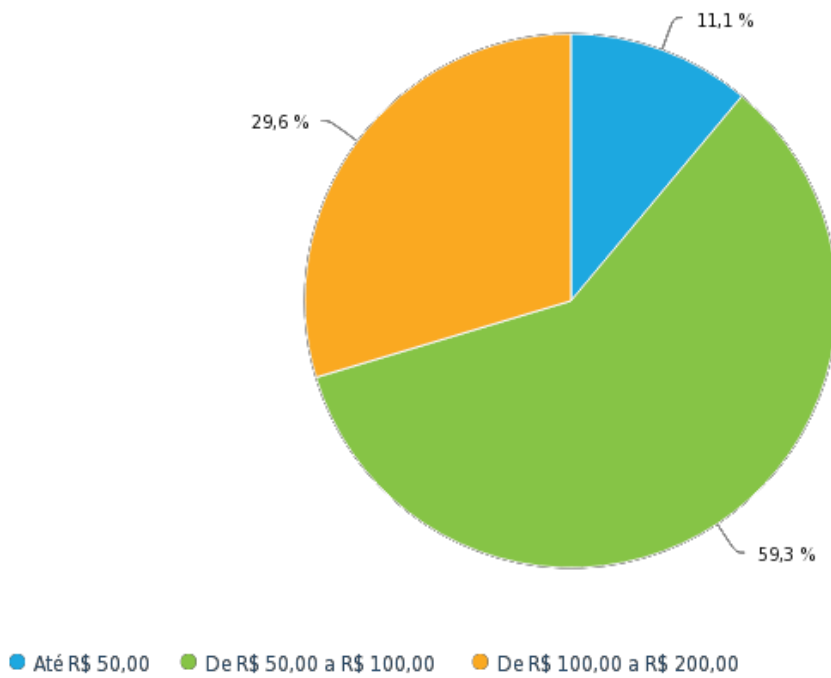


Figura 40: Resposta da pergunta nº5 da pesquisa qualitativa.

Onde costuma comprar suas roupas?

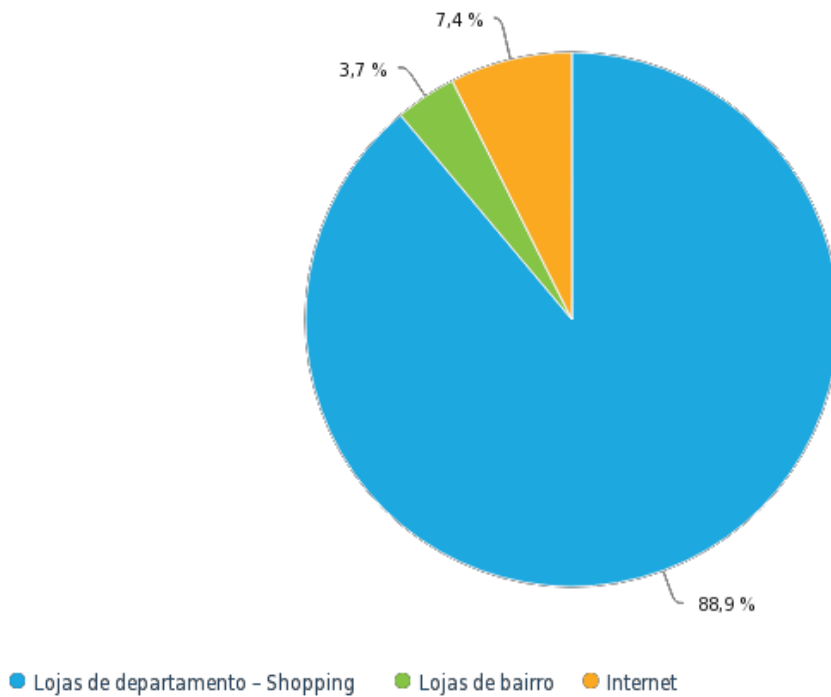
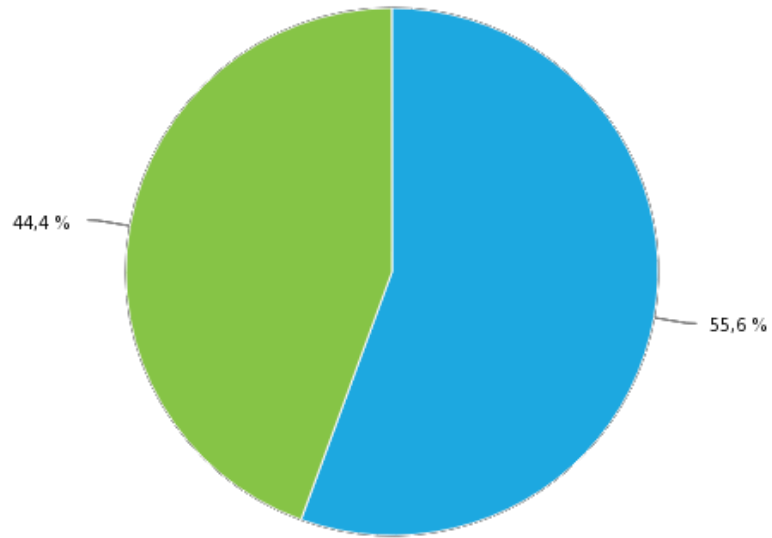


Figura 41: Resposta da pergunta nº6 da pesquisa qualitativa.

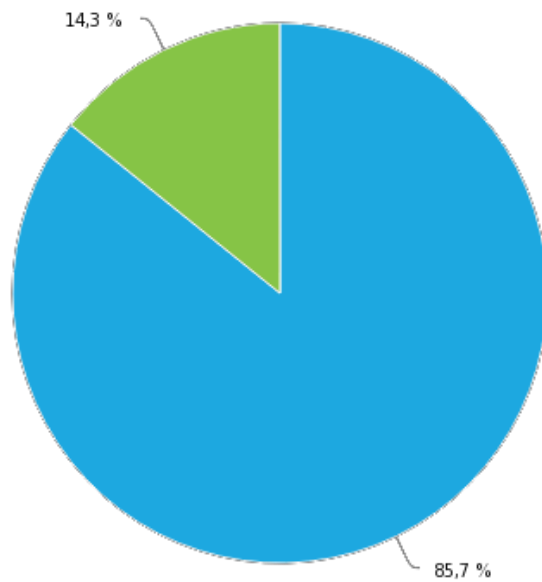
Você sabe o que é um animal bioluminescente?



● Sim ● Não

Figura 42: Resposta da pergunta nº7 da pesquisa qualitativa.

Se sim, você compraria uma roupa inspirada nesse tema?



● Sim ● Não

Figura 43: Resposta da pergunta nº8 da pesquisa qualitativa.

ANEXO B: Questionário aplicado.

PESQUISA DE PÚBLICO ALVO – COLEÇÃO ILUMINI

RESULTADOS OBTIDOS

Com que frequência você vai a baladas/festas noturnas?

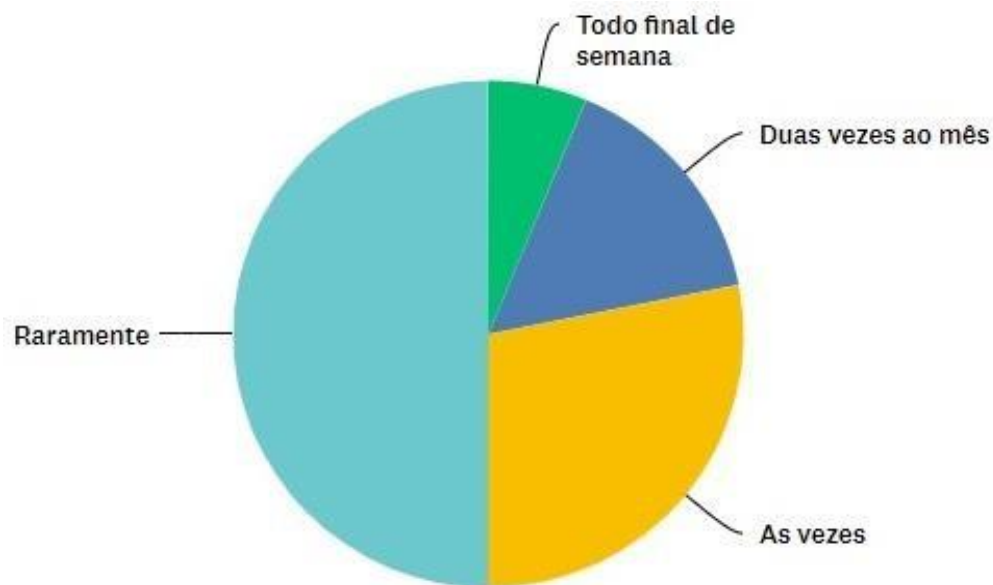


Figura 44: Resposta da pergunta 1 da segunda pesquisa qualitativa.

A ROUPA ESCOLHIDA PARA SAIR É UM FATOR IMPORTANTE? PORQUE?

Para a pergunta 2 da segunda pesquisa, as respostas mais frequentes foram:

- “Para me sentir segura e bonita”
- “Sim, pois transmite o que estou sentindo, a informação de moda que eu tenho e dá para ter uma noção de quem eu sou e minha personalidade. ”
- “Sim, porque quero me sentir confiante. ”
- “Sim porque quero arrasar no look. ”

Para você, a roupa precisa:

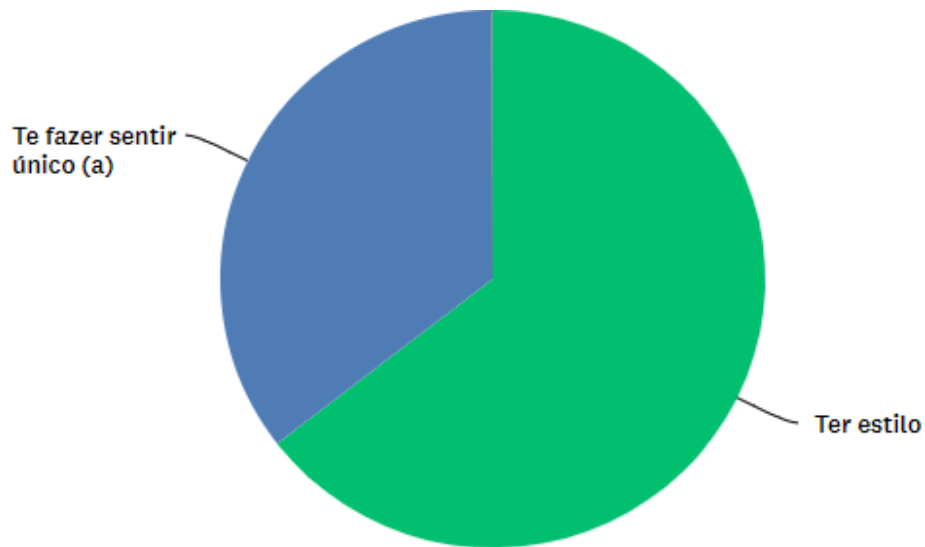


Figura 45: Resposta da pergunta 3 da segunda pesquisa qualitativa.

O QUE NÃO PODE FALTAR EM UM LOOK DE BALADA/FESTA PARA VOCÊ?

Para a pergunta 4 da segunda pesquisa, as respostas mais frequentes foram:

- “Cropped. ”
- “Uma peça clássica repaginada. ”
- “Brilho. ”
- “Peças pretas. ”
- “Algo colorido ou que de me dê um pouco de destaque, mas não tão chamativo. ”
- “Originalidade. ”