

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN
BACHARELADO EM MODA

Mayara Coelho Balbino de Almeida

**A MODULARIDADE NO VESTUÁRIO: CATÁLOGO DE PEÇAS
TRANSFORMÁVEIS**

JUIZ DE FORA
2020

Mayara Coelho Balbino de Almeida

**A MODULARIDADE NO VESTUÁRIO:
Catálogo De Peças Transformáveis**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para o título de Bacharel em Moda.

Orientadora: Profa Dra. Isabela Monken Velloso

JUIZ DE FORA
2020

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Almeida, Mayara Coelho Balbino de .
A modularidade no vestuário : Catálogo de peças transformáveis / Mayara Coelho Balbino de Almeida. -- 2020.
101 p.

Orientador: Isabela Monken Velloso
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design, 2020.

1. Moda Modular. 2. Modular. 3. Catálogo. 4. Sustentabilidade. I. Velloso, Isabela Monken, orient. II. Título.

Mayara Coelho Balbino de Almeida

A MODULARIDADE NO VESTUÁRIO: CATÁLOGO DE PEÇAS TRANSFORMÁVEIS

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para o título de Bacharel em Moda.

Juiz de Fora ____ de ____ de _____

Banca Examinadora

Orientadora: Profa Dra. Isabela Monken Velloso (UFJF)

Prof. Dr. Javer Wilson Volpini (UFJF)

Profa. Dra. Myrtes Raposo (UFJF)

AGRADECIMENTO

Agradeço, primeiramente, a Deus e meus mentores espirituais por guiarem meus passos até aqui e por sempre colocar em minha vida pessoas maravilhosas.

Às mulheres que estiveram ao meu lado, que a todo o tempo me serviram de inspiração. Minha avó Zélia, que é mais do que uma avó é uma mãe, me amparou em todas as dificuldades ao longo da minha vida e que me apoiou nessa reta final.

A minha mãe, que é um exemplo de mulher independente e guerreira, esteve sempre ao meu lado, me incentivando e me amando. Minha irmã mais nova Rayra, que a todo o momento foi o meu abrigo, porto-seguro e maior amor, sempre estando de prontidão para me ajudar.

A minha irmã Mirella que esteve ao meu lado, me incentivando e acreditando em mim, até mesmo quando eu não acreditava. Este trabalho também é seu. Não sei o que seria da minha vida sem você.

Ao coordenador do curso Javer, pelo carinho, apoio e por ter feito o possível e o impossível para que eu pudesse apresentar este trabalho. À minha orientadora, professora, Isabela, pela orientação, incentivo e empatia que teve comigo durante este período.

Ao amor da minha vida, meu avô e pai Valter, que sempre esteve ao meu lado, acreditando e me incentivando.

Ao meu amigo Eduardo que mesmo de longe se fez presente, me apoiando, amando e incentivando em todos os momentos. Às minhas amigas Thays, Karen e Paula, que a todo o momento estiveram ao meu lado, sempre dispostas a me ajudar.

Meu muito obrigado de coração a todos, que de certa forma me ajudaram a realizar este trabalho.

Amo vocês!

Dedico este trabalho a minha avó.

As histórias são bálsamos medicinais. Elas têm uma força! Não exigem que se faça nada, - basta que prestemos atenção. A cura para qualquer dano ou para resgatar algum impulso psíquico perdido, está nas histórias (Clarissa Pinkola Estés)

Resumo

Este trabalho fundamenta-se no pensamento teórico do slow fashion e na percepção da necessidade de otimização vestimentar do consumidor contemporâneo. Sua realização parte da criação de um Catálogo de Peças Modulares no qual se demonstra a possibilidade de transformação dos elementos vestíveis e variações das combinações possíveis. Para finalização do estudo, coloca-se a prática de um editorial de moda com a criação de cinco looks, através de peças essenciais que possam ser encontradas no guarda-roupa dos consumidores.

Palavras-chave: Moda. Modular. Catálogo. Sustentabilidade

ABSTRACT

This work is based on the theoretical thinking of slow fashion and the perception of the need for clothing optimization of the contemporary consumer. The realization starts from the creation of a Catalog of Modular Parts in which it is demonstrated the possibility of transforming the wearable elements and variations of possible combinations. The complete study, a fashion editorial is created with the creation of five looks, through essential pieces that can be found in the consumer's wardrobe.

Palavras-chave: Moda. Modular. Catálogo. Sustentabilidade

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Produção do produto modular.....	21
Figura 2	Design Modular.....	22
Figura 3	Ensemble 1946.....	29
Figura 4	Pop Over 1942.....	29
Figura 5	Desconstrução do vestido.....	31
Figura 6	Bolsa modular 1.....	32
Figura 7	Bolsa modular 2.....	32
Figura 8	Vestido modular.....	32
Figura 9	Cachecol modular.....	32
Figura 10	Half Shirts.....	33
Figura 11	<i>Mummy Dress</i>	34
Figura 12	Prancha Público-Alvo.....	39
Figura 13	Representação de módulos.....	40
Figura 14	Representação da camisa base.....	41
Figura 15	Partes desacopladas da camisa.....	42
Figura 16	Representação da camisa e da manga vista de lado.....	43
Figura 17	Frente e Costas do vestido base.....	44
Figura 18	Representação da altura da linha de corte.....	44
Figura 19	Representação, da parte do vestido dividido em módulos...	45
Figura 20	Representação do avesso da lateral da costura do módulo da saia.....	46
Figura 21	Representação da lateral do avesso da saia.....	47
Figura 22	Representação da peça base calça.....	48
Figura 23	Representação da altura da lateral.....	48
Figura 24	Representação da calça descosturada vista de frente e de lado.....	49
Figura 25	Representação da calça.....	49
Figura 26	Representação da lateral do avesso da calça.....	50
Figura 27	Representação da calça que se transforma em casaco e como se veste.....	51
Figura 28	Prancha Cenário.....	54
Figura 29	Prancha Penteados.....	55
Figura 30	Prancha Beleza.....	56
Figura 31	Prancha Poses.....	57
Figura 32	Capa do Catálogo Ressignificando o ser.....	58
Figura 33	Ficha Técnica do Catálogo.....	59
Figura 34	Sumário do Catálogo.....	60
Figura 35	Página 3 do Catálogo.....	61
Figura 36	Apresentação do Catálogo.....	62
Figura 37	Página 5 do Catálogo.....	63
Figura 38	Glossário do Catálogo.....	64
Figura 39	Reconstrução da Camisa.....	65
Figura 40	Reconstrução da Camisa 2.....	66

Figura 41	Reconstrução da Camisa 3.....	67
Figura 42	Reconstrução da Camisa 4.....	68
Figura 43	Passo a Passo da Camisa.....	69
Figura 44	Passo a Passo da Camisa 2.....	70
Figura 45	Passo a Passo da Camisa 3.....	71
Figura 46	Passo a Passo da Camisa 4.....	72
Figura 47	Reconstrução do Vestido.....	73
Figura 48	Reconstrução do Vestido 2.....	74
Figura 49	Reconstrução do Vestido 3.....	75
Figura 50	Reconstrução do Vestido 4.....	76
Figura 51	Reconstrução do Vestido 5.....	77
Figura 52	Reconstrução do Vestido 6.....	78
Figura 53	Reconstrução do Vestido 7.....	79
Figura 54	Passo a Passo do Vestido.....	80
Figura 55	Passo a Passo do Vestido 2.....	81
Figura 56	Passo a Passo do Vestido 3.....	82
Figura 57	Passo a Passo do Vestido 4.....	83
Figura 58	Passo a Passo do Vestido 5.....	84
Figura 59	Folha em Branco 2.....	85
Figura 60	Reconstrução da Calça.....	86
Figura 61	Reconstrução da Calça 2.....	87
Figura 62	Reconstrução da Calça 3.....	88
Figura 63	Reconstrução da Calça 4.....	89
Figura 64	Reconstrução da Calça 5.....	90
Figura 65	Reconstrução da Calça 6.....	91
Figura 66	Passo a Passo da Calça.....	92
Figura 67	Passo a Passo da Calça 2.....	93
Figura 68	Passo a Passo da Calça 3.....	94
Figura 69	Passo a Passo da Calça 4.....	95
Figura 70	Passo a Passo da Calça 5.....	96

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 MODA CONSCIENTE NA ATUALIDADE	15
2.1 SUSTENTABILIDADE E CONSUMO CONSCIENTE	15
2.2 O MOVIMENTO SLOW	17
2.3 SLOW FASHION	18
3 DESIGN DE PEÇAS TRANSFORMÁVEIS	20
3.1 DEFINIÇÃO DE VESTUÁRIO TRANSFORMÁVEL	20
3.2 MODULARIDADE	22
3.3 O SISTEMA MODULAR NO VESTUÁRIO	23
4 NECESSIDADE DA OTIMIZAÇÃO VESTIMENTAR NA CONTEMPORANEIDADE	25
4.1 REDUÇÃO DO VOLUME PRODUTIVO CARACTERÍSTICA NECESSÁRIA DO CENÁRIO	25
4.2 MODA AGÊNERO	26
5 ESTUDOS DE CASOS	29
5.1 CLAIRE MCCARDEL	29
5.2 DePLOY	30
5.3 GALYA ROSENFELD	31
5.4 JOHN RIBBE	33
6 O PROCESSO CRIATIVO	35
6.1 EDITORIAL DE MODA NOTAS E CONCEITOS	35
6.2 CATÁLOGO DE MODA	36
6.3 PÚBLICO-ALVO	37
7 ESTUDO DE POSSIBILIDADES DE MODIFICAÇÃO DE CADA PEÇA	40
7.1 PEÇA 1: DESCONSTRUÇÃO E RECONSTRUÇÃO DA CAMISA	41
7.2 PEÇA 2: DESCONSTRUÇÃO E RECONSTRUÇÃO DO VESTIDO	43
7.3 PEÇA 3: DESCONSTRUÇÃO E RECONSTRUÇÃO DA CALÇA	48
8 A PRODUÇÃO DE MODA	52
8.1 A ESCOLHA DO CENÁRIO	52
8.2 PRANCHA PENTEADO	55
8.3 PRANCHA BELEZA	56

8.4 PRANCHA DE POSES -----	57
8.5 CATÁLOGO RESSIGNIFICANDO O SER -----	58
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS -----	97
REFERÊNCIAS -----	98

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho configura-se como um estudo sobre a moda modular, tendo como objeto de produção a criação de um catálogo ilustrativo. O tema foi escolhido através da percepção de que na atualidade o consumidor tem inúmeros compromissos durante o seu dia, além de se levar um maior tempo de deslocamento de um ponto ao outro, criando-se a necessidade de otimizar o vestuário para atender a um público que precisa estar pronto para todos os eventos ao decorrer do seu dia. Além disso, observa-se, certamente, a demanda por práticas mais sustentáveis na moda.

Este trabalho se divide em cinco capítulos em que se busca realizar um panorama teórico e prático de possibilidades. São apresentados conceitos envolvidos na sustentabilidade na cadeia de moda e no consumo consciente na atualidade.

No primeiro capítulo, apresentam-se a criação e as principais características do Movimento Slow Food e como o seu conceito foi se espalhando entre outros ramos da indústria, assim chegando-se na moda e criando-se o Slow Fashion. No segundo capítulo, buscou-se esclarecer conceitos envolvidos nos projetos de peças transformáveis e sua conexão com a modularidade no vestuário. No terceiro capítulo, encontra-se a justificativa da necessidade de otimização vestimentar na contemporaneidade e do impacto do COVID-19 na indústria da moda, junto com a possibilidade de liberdade que a moda agênero oferece ao consumidor, ampliando as possibilidades de uso vestimentar. No quarto capítulo, apresentam-se alguns designers de moda que desenvolveram coleções inspiradas pelo conceito e característica de uma moda modular.

Por fim, nos últimos capítulos se expõe o desenvolvimento prático proposto pelo presente estudo: a pesquisa e o desenvolvimento de um catálogo que norteie o consumidor a criar mais de uma funcionalidade para algumas peças de roupas comuns ao guarda-roupa cotidiano. Por meio de suas narrativas, é possível que o consumidor desconstrua e reconstrua suas peças de roupas, possibilitando a criação de mais de um módulo para o vestuário. Procurou-se escolher peças que o consumidor poderia ter em seu guarda-roupa, com o objetivo de prolongar a vida útil de tais produtos e a redução do consumo.

2 MODA CONSCIENTE NA ATUALIDADE

Carvalho (2018) ressalta que a indústria da moda é considerada como uma das mais nocivas ao meio ambiente perde-se apenas para a do petróleo, a segunda que mais consumiu recursos naturais, depois da agricultura, contribuindo muito para o estágio atual de desequilíbrio planetário. “A visão de que ela é algo fútil ou banal resultou no amadorismo do sistema. Custando o que demais precioso temos hoje: o solo, a água e o ar.” (CARVALHAL, 2018, p. 315).

Após uma leitura atenta a obra de Carvalho (2018), foi possível se entender que se vive em uma sociedade que ao longo do tempo vem consumindo compulsivamente e incontrolavelmente, e esse hábito vem trazendo consequências negativas para nós e para o meio ambiente, pois vem levando a uma superexploração dos recursos naturais sem ao menos analisar a possível finitude destes, assim comprometendo o equilíbrio ambiental. É de extrema importância termos em mente que o consumo de qualquer coisa traz consigo consequências positivas e negativas. O ato de consumir, além de afetar o meio ambiente, também afeta quem o consome, a economia e a sociedade como um todo. Por causa desse fator precisamos estar atentos à origem do produto, aos processos de fabricação e aos impactos que ele causa ao longo de sua vida útil.

Na visão de Rocha (2002), cada vez mais o consumo vem ganhando força, pois consumir é uma das atividades mais básicas do ser humano, além de ser um dos fenômenos que caracteriza a nossa sociedade moderna.

2.1 SUSTENTABILIDADE E CONSUMO CONSCIENTE

Como aponta Dias e Moura (2007), a busca da sustentabilidade passa pela questão do consumo e conscientização dos impactos, sendo eles positivos ou negativos, na economia, na natureza, nas relações sociais e no próprio indivíduo no momento da escolha do produto, de quem foi adquirido e ao escolher a maneira de usar e de descartar o produto. O consumidor, com seu poder de consumo, pode tanto maximizar os impactos quanto minimizá-los.

Diante deste contexto, o Instituto Akatu (2008) afirma que o consumo consciente está diretamente relacionado ao consumo como uma forma de bem-estar coletivo e não apenas como um fim em si mesmo, é consumir solidariamente, buscando maximizar os aspectos

positivos do consumo para o bem-estar da sociedade e do meio ambiente. De acordo com Safatle (2017), quanto maior for a durabilidade de um determinado produto e quanto menor for o seu impacto, mais atributo de sustentabilidade possui. Ainda segundo o Instituto Akatu (2008), o consumidor consciente além de disseminar o conceito e a prática, compreende que os pequenos gestos realizados no cotidiano por um grande número de pessoas, além de promover uma transformação significativa, também garante a sustentabilidade da vida no planeta-

Todavia, o consumo em si só já não é suficiente, pois para Cobra (2007), o consumidor está tornando-se mais consciente e não se detém na expressão de poder e diferenciação, mas sim, na realização pessoal, com os valores interiores, ligando-se com o “ser” e deixando de lado o “ter”.

Sabe-se que a criação de uma peça de roupa causa inúmeros danos ambientais. Pode-se definir o termo moda sustentável como sendo o processo de produção das peças de vestuário que incorporam os princípios de um comércio justo, com condições livres de trabalho, sem prejudicar seus funcionários ou o meio ambiente. O processo faz uso de materiais biodegradáveis e orgânicos, com design projetado para uma vida mais longa do produto, tudo conforme o sistema. Desta forma, o consumidor fica mais consciente aos valores sociais de responsabilidade e bem-estar aos envolvidos na cadeia produtiva que impacta na geração de renda ao seu redor ético de produção (KABUKCU; ENSARI, 2016).

Neste sentido, a sustentabilidade impele a indústria da moda a mudar, se tornando menos poluente, sendo mais eficaz com maior respeito ao meio ambiente. Para isso deve-se aprimorar não somente os produtos de moda, mas também as condições de trabalho dos funcionários, a redução de substâncias químicas e o aumento da utilização de matéria-prima orgânica. (FLETCHER E GROSE, 2011).

Nota-se que a sustentabilidade é um movimento dentro de inúmeros segmentos, além da moda - ela está presente no cotidiano de todos, em um evento, na alimentação ou até mesmo no trabalho- o pensamento ético que esse movimento inspira começa a penetrar em vários campos. De acordo com o presidente da AORP, em entrevista para o jornal Portugal Têxtil (2020), a sustentabilidade está crescendo cada vez mais, dessa forma nota-se que o consumidor está valorizando o fato da origem dos materiais, sua identificação e a forma como ele é tratado ao longo da cadeia produtiva. Dentro deste aspecto, tem-se o movimento Slow que vem contribuir para que os desperdícios sejam minimizados, independente da empresa e do que esta venha produzir, agindo inclusive em famílias, que se apoiaram na ideia para redução de desperdícios.

2.2 O MOVIMENTO SLOW

Segundo Makuta (1989), em 1986, Carlo Petrini liderou um grupo de pessoas, que se opunha política, filosófica e simbolicamente ao *fast food*, a realizar um protesto na tradicional Piazza di Spagna, em Roma, contra a abertura da primeira loja do *McDonald's*. Para demonstrar a contraposição com esse estilo de comida em relação à cultura alimentar local, o grupo ofereceu uma porção de massa aos pedestres. Após esse evento, em 1989, foi oficializado o movimento, a partir do Manifesto Slow Food, que “contestava os valores que embasavam aquela que era definida como “vida veloz”, criticava a confusão entre eficiência e frenesi, e exaltava as virtudes de uma vida lenta, baseada nos valores e nos prazeres dos sentidos e da sabedoria” (GENTILI, 2016, p. 36).

Ser devagar significa controlar os ritmos da nossa vida. É você que decide em que velocidade deve andar em determinado contexto. Se hoje eu quiser andar depressa, vou depressa; se amanhã quiser andar devagar, vou devagar. Estamos lutando pelo direito de determinar nosso próprio andamento (ANSILIERO, 2006, p. 54).

De acordo com Makuta (1989), o Slow Food é uma organização sem fins lucrativos que envolvem mais de 1500 grupos locais e 2400 *Comunidades do Alimento*, desta forma os seus adeptos criaram uma rede que conta com os mais diversos ramos, formações e classes sociais, unidas à luta pelo alimento.

Honoré (2006) argumenta sobre as consequências do ritmo acelerado que o capitalismo vem demonstrando e fazendo com que o consumidor esteja sempre pronto a novas compras a viver. Além de impactar negativamente a forma de vida também ameaça o meio ambiente. Vive-se com um grande estímulo de sempre consumir em grande escala e para isto precisa-se trabalhar cada vez mais e de forma acelerada. Estes fatores são os que resultam na ansiedade e a depressão presentes na vida de grande parte da população mundial.

Para minimizar tal processo surge então o movimento devagar que representa “uma tentativa de conscientização e estímulo às pessoas, mostrando que existe outro caminho, uma alternativa para viver com mais qualidade neste contexto onde o turbo-capitalismo tem um custo humano muito alto” (NAIGEBORIN, 2011, p. 32). Nota-se que o conceito do Slow Food foi se espalhando entre diversas áreas e a moda foi mais uma adepta aos seus conceitos, assim criando o Slow Fashion.

2.3. SLOW FASHION

Conforme Cataldi, Dickson, Grover (2010), o termo *Slow Fashion* foi evidenciado pela pesquisadora inglesa Kate Fletcher, em 2007, que trouxe o conceito para a moda, propondo um movimento de mudanças sistêmicas, no qual fosse resgatada a valorização dos processos e das pessoas. É um novo modelo que visa uma consciência ecológica, ética e sustentável da moda. Além de fornecer a Terra um tempo para se regenerar durante o ciclo de produção.

O *Slow Fashion* é um movimento que surgiu como uma alternativa socioambiental mais sustentável na indústria da moda que se opõe ao *Fast Fashion*, incentivado pelo capitalismo, com a sua produção e o consumo em massa, assim mascarando os impactos ambientais do ciclo da vida do produto. É um conceito baseado na qualidade da matéria prima que traz maior vida útil ao produto. Neste movimento, todos os indivíduos preocupam-se com a origem dos materiais, a cultura local e o tempo real de produção (MOURI, 2016). Fletcher e Grose (2011) ressaltam que para criar um produto sustentável deve-se iniciar no processo criativo do designer, respeitando todas as cadeias até ser criado, consumido e descartado de volta para o meio ambiente. Esse procedimento deve ser estimado e analisado cautelosamente para se preservar a qualidade e a terminologia de um produto *Slow Fashion*.

De acordo com Morelli (2010), a desaceleração do consumo é a principal característica do *Slow Fashion*, que reuni a seus compradores atributos positivos e atitudes que tendem a minimizar o impacto na sociedade e ambiental. As autoras Pereira e Nogueira (2013) ressaltam que as peças criadas dentro do sistema de *Slow Fashion*, são cautelosamente elaboradas para possuírem características que sejam duráveis, produzidas com tecidos ecológicos, e que apresentem maior qualidade.

Conforme Lee (2009), o *Slow Fashion* não é mais uma tendência, e sim uma necessidade já percebida por todos, principalmente pelo consumidor, que demonstra consciência e valoriza o trabalho manual. Além disso, Caldas (2013) defende que o consumidor contemporâneo se identifica com inúmeros estilos, e que o mesmo varia de acordo com o estilo de vida e os interesses de cada um. Ao consumidor interessa ter um guarda-roupa diversificado, que responda às suas necessidades de acordo com as ocasiões que se apresentam no dia a dia. Todavia, observa-se que o *Slow Fashion* tem o objetivo de moldar o modelo de guarda-roupa, consumista, se nas peças permitem inúmeras possibilidades de combinações criativas e divertidas entre si, pode-se denominar este guarda-roupa essencial.

Para um guarda-roupa versátil é preciso que haja o básico ou o essencial, ou seja, aquilo que é imprescindível; muito necessário; fundamental. Segundo Andre (2004), um guarda-roupa essencial contém todas as peças principais, ou básicas, para o estilo de vida de cada indivíduo, podendo estar inclusos vestidos, calça jeans de corte reto, trench-coat, blazer, camisa, camiseta, t-shirt, cardigan, entre outros. Pode-se considerar uma forma diferenciada de ajustes de roupas, sendo uma espécie de design de peças transformáveis.

3. DESIGN DE PEÇAS TRANSFORMÁVEIS

De acordo com o dicionário, transformar significa dar nova forma; tornar diferente do que era; metamorfosear; transfigurar; converter-se; disfarçar-se; dissimular-se (BUENO, 2001).

Como aponta Quinn (2002) para uma peça ser transformável ela precisa ter duas características essenciais, sem as quais, uma peça não deve ser denominada de transformável. A primeira característica fundamenta-se que o design da peça deve possuir pelo menos outra possibilidade de construção. Estas opções são obtidas através de componentes posicionados na roupa em questão. A segunda característica refere-se à possibilidade de, depois de transformada, a peça poder voltar a ser convertida para sua forma original. Quando verificadas estas duas características estamos perante um design transformável.

3.1. DEFINIÇÃO DE VESTUÁRIO TRANSFORMÁVEL

Santos (2018) aponta como o tempo tem sido cada vez mais precioso e escasso. Vive-se em uma era turbulenta, bombardeada de informações e tarefas. As pessoas desempenham inúmeras funções ao decorrer do dia e é de extrema importância estar vestido para tais. Com o trânsito caótico e os longos e numerosos engarrafamentos pelas ruas das grandes cidades, o tempo acaba sendo insuficiente quando se é preciso se deslocar de uma tarefa para outra. Diante disto, nota-se a necessidade de vestimentas que sejam facilitadoras para os seus usuários, que possam se transformar a qualquer momento e assim suprir a necessidade de estar indo em casa apenas para poder trocar de peça de roupa.

Na visão de Fletcher e Grose (2011), as roupas devem se adequar ao nosso estilo de vida moderno, e uma ótima opção são as peças transformáveis. Já que precisamos de peças que possam facilitar a nossa vida, que está em constante movimento. Desta forma a versatilidade e a conveniência são dois fatores importantes a serem avaliados na hora de escolhermos uma roupa.

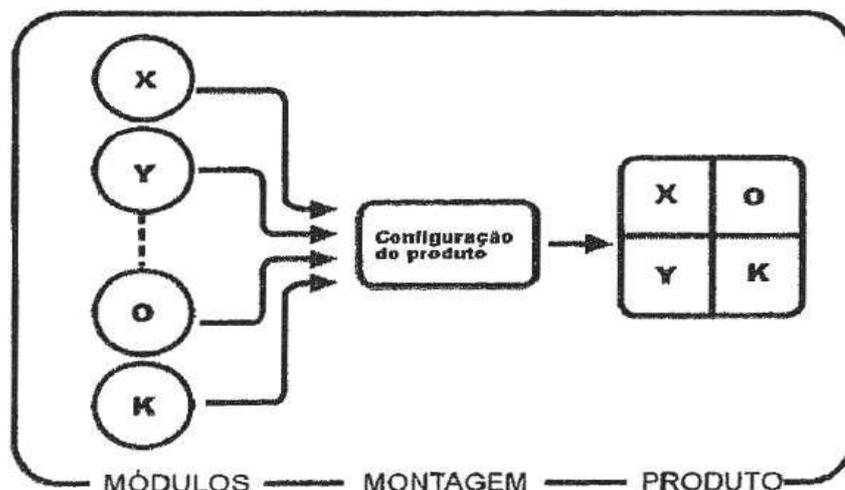
Ainda segundo as autoras Fletcher e Grose (2011), os atributos invisíveis fornecidos por essas peças transformáveis permitem que possamos passar de uma situação social a outra, e não nos exige muito esforço para conseguirmos modificar tais peças. “Os indivíduos que

vestem roupa transformável ou reversível fazem mais do que simplesmente colocar ou retirar camadas, eles transformam a leitura da peça” (BOLTON, 2002, p. 29).

Fletcher e Grose (2011) destacam que a principal estratégia de adaptabilidade no vestuário é aumentar a eficiência das peças de roupas para que haja maior variedade de uso, assim satisfazendo o consumidor por ser uma peça com possibilidade de transformação e flexibilidade. Nas vestimentas a adaptabilidade pode ser associada ao material com o que o produto é criado. Pode ser realizada de várias formas e todas apresentam oportunidade de transformação e manipulação, como por exemplo, pela cor, silhueta, textura, estampa e a função.

Na visão de Machado (2011), pode-se encontrar no mercado três tipos diferentes de transformações. O primeiro tipo inclui todo o vestuário que é somente modificado através da reorganização da sua superfície. Alguns exemplos deste tipo de transformáveis são o vestuário reversível ou destacável. Estão também inclusos neste tipo as transformações de aparência ou textura derivadas de processos envelhecimento ou desgaste, sempre respeitando o limite dos tecidos. O segundo tipo são todas as peças que assumam duas ou mais possibilidades de design. As peças que são consideradas pertencentes a esse grupo são normalmente reversíveis e apresentam formas inovadoras de fixação dos seus componentes. E o terceiro tipo refere-se ao vestuário que pode ser convertido em objetos ou que pode ser reconfigurado em múltiplos designs através de um sistema de módulos. A modularidade aplicada ao vestuário possui valor acrescentado, pois permite ao usuário transformar a peça, por meio da alteração da organização dos módulos para criar uma nova configuração da roupa, apresentando uma vasta opção de possibilidades para o consumidor (FIGURA 1).

Figura 1- Produção do produto modular.



Fonte: MARTINS (2002, p. 50)

Percebe-se que, na Figura 1, constam as confirmações dos módulos utilizados de forma independente, ocorrendo o mesmo com a estética do produto onde se verifica inovações, ocasionando-se em funcionalidade a aplicabilidade em uma diversidade de opções dentro do produto.

3.2. MODULARIDADE

Segundo Arnheiter e Harren (2006, como citado por Miguel e Silva, 2006), a modularidade surgiu na década de 1960 como vantagem competitiva na indústria de computadores, assim demonstrando grande importância no processo de desenvolvimento de produto. Este conceito já é usado na produção desde o início do século, porém seu uso em projetos é uma tendência atual, não só no ramo de tecnologia, mas também na indústria em geral.

O design modular é uma estratégia para a criação de produtos complexos a partir de subsistemas, que podem ser desenvolvidos individualmente, porém funcionam em um conjunto integrado, assim permitindo a produção de diferentes produtos através da combinação de subsistemas (ARNHEITER, HARREN, 2006). (FIGURA 2).

Figura 2 Design modular



Fonte: Kappesperg, linha home office (2017)

Porém com o passar do tempo a modularidade foi adotada não apenas nos sistemas de informação, mas também em diferentes projetos da indústria tanto automobilística, como na

arquitetura, engenharia, design, arte e produtos e serviços em geral com o intuito de oferecer maior número de opções e personalização que venham ao encontro das necessidades dos clientes (ARNHEITER, HARREN, 2006).

3.3. O SISTEMA MODULAR NO VESTUÁRIO

A modularidade do vestuário surgiu como forma de solucionar as carências criadas pelos estilos de vida consequentes da cultura urbana. Salcedo (2014) mostra que essa prática de peças modulares não é novidade, até o início do século XX, as camisas tinham colarinhos removíveis que satisfaziam a necessidade de mudança do consumidor, possibilitando variar o estilo da camisa.

Desenhar peças modulares combináveis demanda mais do designer, que deve conciliar e facilitar a expressão individual do consumidor. (...) Desenhar com o objetivo de desmaterializar um guarda-roupa e, ao mesmo tempo, satisfazer a necessidade social de mulheres modernas, ativas e ocupadas, significa que a função da roupa em diversos contextos sociais tem de ser considerada desde o início (FLETCHER E GROSE, 2011, p.80 e 81).

O design de peças modulares, ou multifuncionais, ajuda a aumentar a vida útil do produto, já que você não precisa lavar a peça inteira e sim apenas a parte mais usada. Com isso diminui a necessidade do consumo, com a sua característica de modificar a peça (SILVA, 2017).

Martins (2002) assegura que quando o design modular é aplicado ao produto, proporciona a produção de partes que podem ser desenvolvidas de modo independente e, quando introduzidas em um grupo, trabalhe em conjunto e em harmonia, de forma adaptável e capaz de evoluir. Assim, de forma eficaz atendem-se as necessidades e os desejos de cada consumidor, além de um número maior de inovações em um projeto, uma vez que existe redução do tempo de desenvolvimento de um produto, já que temos a possibilidade de usar as bases desenvolvidas anteriormente.

Segundo Fletcher e Grose (2011), como as pessoas vivem em uma sociedade cujos valores e crenças estão sempre em transformação, elas acabam sendo emotivas e instáveis, volúveis e inconstantes. As peças modulares, ou multiuso, criam uma relação de sentimento mais sólida e duradoura de satisfação com o consumidor, além da participação lúdica e criativa. Já que o vestuário tem a função que vai além de cobrir o corpo nu, o mesmo satisfaz uma série de necessidades, sendo elas físicas elementares de abrigo e proteção, ou associadas à moda, nossa vontade de expressão pessoal e pertencimento.

Na visão de Quinn (2002, como citado em MACHADO, 2011) o vestuário modular evidencia o valor a mais em relação aos outros transformáveis. Afinal, por meio de um sistema modular, o consumidor consegue transformar ele próprio a peça, ao mesmo tempo em que adquire conhecimentos técnicos que vão além da compra. Da mesma forma a flexibilidade da construção modular permite que cada indivíduo transforme a peça dentro do seu estilo particular.

4. NECESSIDADE DA OTIMIZAÇÃO VESTIMENTAR NA CONTEMPORANEIDADE

4.1. REDUÇÃO DO VOLUME PRODUTIVO CARACTERÍSTICA NECESSÁRIA DO CENÁRIO

Acredita-se que a sociedade atual de consumo, acúmulo e desperdício deve dar lugar a uma sociedade em que se tem um consumo mínimo e consciente. Carvalho (2018) aponta que o sistema de moda vai precisar mudar, pelo simples fato de que ele está se destruindo, ofuscando o próprio desejo pela moda, que resultou em uma grande aceleração, pela própria indústria da moda ter banalizado suas coleções e seus produtos, com coleções, campanhas e ações sem relevância a todo o momento. O volume e a rapidez talvez sejam as piores drogas para o sistema da moda, que parece estar descontrolado, viciado, sem responder mais às suas próprias vontades.

Acredito que a moda deve colaborar com a difusão e a conscientização sobre a sustentabilidade e as demandas do planeta. A moda é uma das indústrias mais nocivas, mas somos a segunda que mais emprega. A que mais empodera (e emprega) as mulheres. A que mais influencia hábitos e comportamentos. Nem sempre veicula imagens que privilegiam minorias (de raça, credo ou opção sexual), mas ajuda e tem um papel importante na construção da identidade das pessoas. Nem sempre é tão boa ou correta, mas tem força de criar e disseminar tendências de comportamento. Basta querer (CARVALHAL, 2018, p. 318-319).

De acordo com Ribeiro (2020)¹, a indústria da moda já vem passando por uma transformação há uns cinco anos, passando a se preocupar com a sustentabilidade, o conforto, a segurança dos funcionários, os pagamentos justos, os direitos trabalhistas e outras questões. Indo contra os lucros exorbitantes, cada vez mais vemos uma busca por um preço justo pela roupa ou objeto que está sendo consumido. Hoje, é preciso se pensar questões como o que a marca está oferecendo para seus clientes, qual o seu diferencial, o que ela oferece a mais. O consumidor está cada vez mais preocupado com o impacto dos seus objetos de consumo no mundo. Segundo Lopes (2019), as novas marcas e modelos de negócios trazem consigo uma nova visão sobre o presente e o futuro, dessa forma a economia está ganhando outros caminhos em direção a ajudar a preservação do meio ambiente e o bem-estar de todos. Para alcançar o sucesso é preciso proporcionar novas experiências e benefícios ao consumidor.

¹ Matéria disponível no site da Universidade Federal de Juiz de Fora. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/noticias/2020/04/13/os-impactos-da-covid-19-no-mundo-da-moda>; Acesso em 20 out. 2020

A pandemia do COVID-19 salientou a importância de uma moda mais ética e com propósito. A indústria da moda teve que repensar sobre o seu papel no mundo, já que se tem menos pessoas produzindo e consumindo. A mentalidade do consumidor se transformou, ele se importa cada vez mais pela transparência das empresas. Além de o mundo não suportar mais desperdício e poluição, as pessoas sentem falta e exigem consumir uma moda que tenha um propósito, uma moda que seja mais benéfica para todos, que possibilite a funcionalidade e a praticidade.

Espero que a moda nacional se reconstrua com um calendário mais condizente com o novo momento: coleções menos sazonais, mais slow fashion, menos fast fashion. É preciso ter transparência nos custos e dar apoio ao regional, com o uso de matérias primas nacionais e produzindo em pequenas confecções. Temos que proteger o que é nosso e nos especializar nisso. (Helô Rocha – revista VOGUE JUNHO 2020, p. 60).

De acordo com Morgado (2020), neste momento da COVID-19, devido à restrição de isolamento social, as produções de novas roupas foram reduzidas, dessa forma, impossibilitou-se a aglomeração de funcionários. Também temos os consumidores, que estão comprando menos. Assim, esses dois fatores fazem com que as indústrias repensem o número de coleções de agora em diante. As grandes marcas e as menores estão adaptando o número e o tamanho de suas coleções.

Uma alternativa que se cria para a otimização vestimentar é a moda agênero, pois, além de se possibilitar uma maior liberdade de escolha de acordo com o estilo e preferência do consumidor, se cria uma redução produtiva que a moda dividida entre feminino e masculino se exige.

4.2 MODA AGÊNERO

Existe uma diferença entre o termo unissex para o termo agender. Segundo Schmitt e Sanchez (2016), a proposta de peças agender (sem gênero), em teoria, desconecta-se das estéticas relacionadas ao masculino e ao feminino. Tais peças sugerem a eliminação de qualquer rastro de símbolos associados culturalmente a feminino ou masculino. Trata-se de peças neutras, que fogem de estereótipos históricos e culturais – roupas que se desconectam também da antiga ideia de unissex.

O termo unissex refere-se a peças desenhadas para se ajustar e favorecer tanto corpos masculinos quanto femininos e é, geralmente, associado a um produto já pertencente ao guarda-roupa dos homens, de modelagem básica e sem apelo fashion. Kristmann e Perlin

(2018) aponta que o prefixo a- que vem antes da palavra agênero sugere um afastamento, (o prefixo a- se refere à negação). Entretanto não se pode interpretar o “sem” gênero como uma negação, mas sim como uma neutralidade que expressa os anseios de pessoas que não se identificam com gênero algum e de todas as outras multiplicidades que existem, por exemplo, o transgênero, o andrógino, o queer, o pangênero, masculino, feminino, etc. “Nesse sentido, utiliza a famosa frase pronunciada por Simone de Beauvoir – “Não se nasce mulher, torna-se mulher” para afirmar que não existe uma essência masculina, tampouco feminina, uma vez que essas noções, como tributárias do sexo que as origina” (COUTINHO, OLIVEIRA, PORTINARI 2017, p. 9).

Segundo Bem, Calvi e Linke, (2019), a moda sem gênero foi construída ao longo da história como reflexo da necessidade de se vestir com liberdade e de maneira a expressar, por intermédio da roupa, a identidade de cada indivíduo. Essas transformações possibilitaram que marcas de moda trabalhassem com o conceito de produto sem gênero. A moda agender desconstrói noções de feminilidade e masculinidade e, dessa forma, traz maior autonomia para o seu consumidor e uma grande otimização vestimentar, pois não há denominação de uma peça pertencer ou não apenas a um gênero ou a um único tipo de corpo.

De acordo com Scheneide e Barreto (2017), a diversidade de gênero e suas múltiplas formas de expressão rompem com todas as exigências sociais, buscam desconstruir os papéis predeterminados para a mulher e para o homem, libertando o ser humano a desempenhar o papel que for da sua escolha e que estiver de acordo com seus próprios valores. O papel simbólico do vestuário é um dos primeiros a passar por essa desconstrução.

As relações sociais estão ligadas a discussão de gênero, (...). Assim, gênero se refere aos papéis sociais desempenhados pelos indivíduos, independente do sexo biológico, sendo algo dinâmico e suscetível aos fatores socioculturais. Sua relação com a moda se dá à medida que o vestuário é parte indissociável da vida humana e tem relação direta com identidade. Assim como o gênero, a moda também é suscetível aos fatores socioculturais. (SCHENEIDE e BARRETO, 2017, p. 9),

Kristmann e Perlin (2018) apontam que a moda sem gênero questiona todas as exigências de cores, formas, modelagens, e estruturas das roupas como determinadas para cada sexo, e incentiva a mistura e o uso das peças.

Segundo Paget (2016) é de extrema importância frisar que a moda sem gênero não impõe o uso de alguma peça de roupa específica para os seus usuários, por exemplo, o homem que não sente o desejo de usar vestido não é obrigado. Sua principal característica é permitir que as pessoas que se identificam com peças que, hoje, são classificadas como do gênero oposto, tenham autonomia e liberdade para consumi-las, sem sofrer qualquer tipo de

discriminação. “Ajuda, assim, a dar corpo e, ao mesmo tempo, consolidar, cristalizar as noções que as pessoas têm sobre como homens e mulheres devem parecer.” (COUTINHO, OLIVEIRA, PORTINARI 2017, p. 9).

Desta forma, a moda gera autonomia para o seu consumidor e uma grande otimização vestimentar, pois não há denominação de uma peça pertencer ou não apenas a um gênero ou a um único tipo de corpo.

5. ESTUDOS DE CASOS

Este capítulo contempla o estudo de designers com estilos e abordagens únicas, que criam em seus trabalhos vestuários transformáveis através de construções modulares. Foram estudadas as abordagens de um total de quatro designers/marcas tais como: Claire McCardell, Deploy, John Ribbe e Galya Rosenfeld, que aplicaram princípios modulares em suas peças, quer esses designs se traduzam em variantes de peças de vestuário ou até mesmo na materialização de outros objetos de decoração.

De forma intencional, os designers apresentados no capítulo seguinte desenvolveram formas modulares adaptadas que possibilitam duas ou mais alternativas em uma mesma peça.

Cada qual dentro do seu estilo e ramo na indústria da moda.

5.1. CLAIRE MCCARDELL

Estilista nascida em Frederick, Maryland, Estados Unidos. Estudou durante dois anos no Hood College, em Frederick, transferindo-se em 1927 para Parsons School of Design, em Nova York e, depois, para a Parsons parisiense. De volta à Nova York no final da década de 20, trabalhou como desenhista numa loja de roupas. A forma como se combinavam as várias peças permitia criar diferentes visuais que poderiam servir para diferentes ocasiões. Do seu sistema coordenado faziam parte: um top de alças sem costas, uma camisola com capuz, uma saia comprida, uma saia curta e calções (FIGURAS 3 e 4).

Figura 3: Ensemble 1946



Fonte: www.metmuseum.org/

Figura 4: Pop Over, 1942



Fonte: www.metmuseum.org

Machado (2011) ressalta que Claire McCardell foi uma estilista americana que revolucionou o vestuário feminino do pós-guerra com suas peças confortáveis, constantemente voltava a sua inspiração de acordo com as suas necessidades, pensava em roupas que se adequavam ao seu próprio estilo de vida, assim como Chanel fez antes dela. Por exemplo, para não sentir frio num iate, criou uma capa de tweed, para não sentir frio nas orelhas, acrescentou um capuz de lã. Pensando na quantidade de bagagem que carregava quando viajava para a Europa, criou looks separados, com blusa e saia, ao invés de vestidos que dificultavam os movimentos. E, dessa forma, as blusas podiam também ser usadas com calças. Seu guarda-roupa era composto basicamente por peças de jersey, desde saias até blusas.

Com o passar dos anos, novos estilos de modelagem foram surgindo, conforme a década e os estilos de cada região.

5.2 DePLOY

Conforme o site da marca, a DePLOY é uma casa de designers especializados que foi criada em 2006 em Londres, com a missão de implantar uma especialidade em customização para fazer a moda mais sustentável; com menos desperdício². Segundo Fletcher e Grose (2011), a marca de roupa DePLOY, parte da visão de pôr o maior guarda-roupa na menor mala através de suas coleções que são adaptáveis e podem ser personalizadas de acordo com a preferência e da necessidade de seus consumidores, um vestido vira uma saia e uma blusa, um casaco vira um vestido.

Fletcher e Grose, (2011) ressalta que a DePLOY tem como lema um lugar para criar, não só consumir. Assim, produz peças com estilos que servem do escritório ao jantar e mais além. Dessa forma, os seus consumidores conseguem fazer mais com menos, pois uma única peça pode oferecer inúmeras possibilidades.

Suas criações resultam em roupas que são acopladas e desacopladas através da ajuda de zíperes (FIGURA 5).

² Fonte: www. Acesso em 07. Nov. 2020

Figura 5: Desconstrução do vestido



Fonte: Fletcher e Grose, (2011, p. 100)

5.3 GALYA ROSENFELD

Galya Rosenfeld nasceu em 1977, é uma designer israelense de moda conceitual, desenvolve superfícies modulares, como uma série de “pixels”, que se encaixam uns aos outros; as suas criações podem ser encontradas tanto em vestuários quanto em acessórios (ANTONELLI, 2005).

Na visão de Fletcher e Grose (2011), suas peças são cortadas em feltro, suas criações não utilizam zíperes, botões ou costuras, suas peças são construídas através de encaixes, lembrando um brinquedo de lego ou quebra-cabeça, são facilmente montadas manualmente, sendo assim, dispensam quaisquer equipamentos especiais e grandes habilidades.

Este conceito possibilita uma gama de opções de construções, podendo-se obter, a partir delas, comprimentos diversos de peças de roupas e acessórios, além da possibilidade de criar peças para decoração de interiores. Tais possibilidades podem ser encontradas na coleção “*G Construction*”, desenvolvida no âmbito do seu trabalho “*Modular Series*”, é um dos melhores exemplos das suas criações interativas (FLETCHER, GROSE, 2011).

Segundo Araújo (2016), esta coleção compõe-se pela ligação de pequenos módulos que em conjunto resultam na criação de uma estrutura e a forma de peça de roupa. Assim se pode retirar e reintegrar um dos módulos em um determinado conjunto que constrói um novo design na mesma peça. Através deste sistema podem-se criar diferentes mangas, decotes,

bainhas e até mesmo variações em termos de cores e matérias. Essas transformações são possíveis devido à forma com que os módulos foram criados (FIGURAS 6 e 7).

Figura 6: Bolsa modular 1



Fonte: Fonte: www.galyarosenfeld.com

Figura 7: Bolsa modular 2



Fonte: Fonte: www.galyarosenfeld.com

Um aspecto essencial para a criação de tal sistema de módulos é o desenho do módulo, já que, de acordo com a descrição de Quinn (2002), cada módulo contém duas abas e duas ranhuras que se prendem de uma forma que possibilita a ligação com os demais módulos (FIGURAS 8 e 9).

Figura 8: Vestido modular



Fonte: www.galyarosenfeld.com

Figura 9: Cachecol modular



Fonte: www.galyarosenfeld.com

Para a criação de tal elemento, Rosenfeld utiliza princípios matemáticos e geométricos, assim resultou na criação de um molde que servisse de módulo para um sistema de construção de vestuário, acessórios e também decoração.

5.4 JOHN RIBBE

Segundo Araújo (2016), John Ribbe é um designer alemão, nascido em Hamburgo, formou-se na FIT de Nova York e mais tarde mudou-se para Paris. Depois de seu primeiro desfile de moda em 1993, o International Herald Tribune chamou-o de “um dos líderes das últimas tendências em Paris”. É conhecido pela forma inovadora como aborda o vestuário. No website do designer podemos ler que esta inovação resulta em parte da sua paixão pela arquitetura e pela pureza estética. O vestuário de Ribbe caracteriza-se pela clareza de linhas e formas, pela simplicidade das silhuetas, e pelas suas propriedades transformáveis.³

O design britânico cria coleções onde as peças se transformam, utilizando a ajuda de alguns mecanismos. Inclusive, desenvolve coleções a partir do princípio da modularidade, como podemos notar na coleção primavera/verão de 1999. Para essa coleção Ribbe desenvolveu peças que podiam ser redefinidas por módulos, por exemplo, a ‘HalfShirts’, que são peças que tinham a possibilidade de serem acopladas ou desacopladas, através de botões, que possibilitavam a “criação” de uma nova peça (MACHADO, 2011) (FIGURA 5).

Figura 10 :Half Shirts



Fonte: <http://www.johnribbe.com>

³ Fonte: <http://www.johnribbe.com>. Acesso em 1 nov.2020.

Quinn (2002) transcreve as palavras da colaboradora e esposa de Ribbe, Isabelle Peron, para referir que a modularidade presente nesta particular coleção trata o próprio corpo, conferindo-lhe uma maior liberdade. Ao utilizador é dada a possibilidade de remover ou não os painéis, e a decisão de quais e quando remover. (MACHADO, 2011, p. 32).

Outra criação foi o vestido *Mummy Dress* que pode ser desmontado conforme a necessidade ou vontade (FIGURA 13)

Figura 11: *Mummy Dress*



Imagem :Fotografias da peça “Mummy Dress” de John Ribbe. (<http://www.johnribbe.com>)

Este é um vestido que cobre todo o corpo, como uma múmia, e pode ser todo ele desmontado ficando reduzido a quatro peças separadas, uma saia curta, uma saia comprida, uma camisa e um top.

6 O PROCESSO CRIATIVO

6.1 EDITORIAL DE MODA NOTAS E CONCEITOS

Na visão de Oliveira (2018), os editoriais de moda são os principais veículos de que a moda se utiliza para a divulgação de novos conceitos. É um ensaio fotográfico que visa divulgar uma coleção ou marca. Por trás desse ensaio existe uma linguagem e conceito que irá mostrar às pessoas as tendências do mercado.

Editorial de moda é a sequência de fotos que, apresentadas uma em seguida da outra, compõe uma mesma narrativa, conforme explica Martins (2014). O editorial é uma produção que, a partir de uma apresentação criativa, expressa uma personalidade, um estilo e uma história que necessariamente precisa estar relacionada até a imagem final. Na maior parte das vezes (SILVA, 2018, p. 12).

Segundo Luna (2017), a fotografia de moda é a mensagem visual da linha editorial de uma revista e sua construção é também influenciada pelas especificidades de cada publicação, como segmento, público-alvo e equipe que compõe a produção de um editorial de moda. A grande eficácia desse sistema de comunicação está em sempre ter e ser a resposta das aspirações do seu público alvo, estar à frente do indivíduo descobrindo o que ele procura, antes que ele mesmo se dê conta. O sucesso da moda é determinado pela busca constante de novas linguagens que se adaptem às incessantes transformações pelas quais o ser humano passa.

De acordo com Arimathéia e Souza (2005) as revistas de moda utilizam da linguagem dos editoriais como o seu poderoso meio de comunicação, que age em conjunto com as emoções humanas, pois os elementos visuais contidos na imagem fotográfica têm o poder de persuasão e controle do seu público consumidor.

As fotografias de moda editorial sofrem variações devido à particularidade da linha editorial de cada revista e de acordo com a influência determinante dos profissionais com poder de decisão no que diz respeito à produção das imagens relacionadas diretamente com o conceito (ARIMATHÉIA; SOUZA, 2005, p. 242).

O ensaio fotográfico criado é a captação da fusão de cores, luzes, e ambiente às pessoas retratadas, fazendo com que elementos quase que paradoxais possam estar em harmonia. Como forma de expressão e representação do mundo visual exterior, a fotografia é um dos instrumentos mais importantes e utilizados pelo ser humano desde sua criação no século XIX (LUNA, 2017).

6.2 CATÁLOGO DE MODA

De acordo com Nunes (2014), o catálogo é uma relação ou listagem de produtos/serviços de uma organização/empresa. Normalmente abrange a apresentação das principais características de produtos e elementos ilustrativos que o tornam apelativo aos olhos dos consumidores. Assim, os catálogos são uma fonte de orientação de informação para qualquer campo do trabalho, com intuito de agrupar e difundir informações. Com o decorrer do tempo, as diferentes áreas de negócio optaram pela sua utilização.

Vailati (2014) ressalta que a principal finalidade catálogos é o de difundir informações, e apresentar conceitos, tendências e fomentar o desejo de aquisição. O catálogo de moda contém peças de uma determinada coleção, de uma determinada marca que tem a intenção de divulgar os seus produtos, produtos esses associados a algo com forte dimensão simbólica. Desta forma, ocorre através de uma produção e *stylist*, que são capazes de induzir ao consumo, criando um mundo imaginário sobre elas; sensibilizam os participantes para a área da moda em que se inserem; e impõem ordem, quer histórica quer esteticamente, num mundo cujos produtos provavelmente passariam despercebidos, devido à sua natureza sazonal e quantidade potencialmente caótica, sendo elaborados com base no perfil e necessidades dos seus públicos-alvo e seus potenciais consumidores.

Lipovetsky (1991) aponta que um catálogo é capaz de atingir milhares de pessoas ao mesmo tempo, padronizando na sua indumentária e costumes. Nota-se que o catálogo de moda pode ser a ferramenta da marca se comunicar com seus públicos-alvo.

A ilustração faz parte da publicidade de um catálogo de moda e seu objetivo é levar o desejo de consumo. Observa-se que para tanto, “o nível do interpretante dinâmico lógico depende do repertório do intérprete, ou seja, depende da experiência que tal intérprete teve com o campo contextual do signo, depende dos conhecimentos históricos e culturais que já internalizou” (DIAS, 2017, p. 8).

Um dos catálogos mais famosos é o de Les Choses de Paul Poiret, que colocou em seu trabalho a criatividade focada na origem de um novo movimento para se adaptar ao mundo moderno. Percebe-se que Poiret inovou em sua publicidade de moda, sendo o primeiro a utilizar catálogos de moda como instrumento que permita ao estilista mostrar ao mundo o seu trabalho” (DIAS, BONATTO, 2017, p. 1.455).

Paul Poiret obteve renome de costureiro-artista, por saber alinhar a arte e a moda, compreendendo o caráter espetáculo-coisa das roupas. Ao longo de sua carreira, trabalhou com vários artistas e ilustradores. Em 1908 e 1911, apresentou álbuns de 3 Técnica que tem como objetivo sobrepor o material no manequim ou diretamente no corpo hoje conhecidos como catálogos. Isso ocorreu em razão do seu gosto pela arte e por tons vibrantes, em um período em que a fotografia ainda era em preto e branco. Assim, convidou Paul Iribe para ilustrar Les Robes de Paul Poiret. O segundo álbum de Poiret, Les Choses de Paul Poiret, foi ilustrado por Georges Lepape. As figuras de Lepape deixaram a representação realista, empregando traços estilizados e silhueta alongada. A utilização da perspectiva frontal e os pontos formando linhas, bem como o design e a decoração demonstram a influência oriental (DIAS, 2018, p. 122).

Percebe-se que Poiret inovou em sua publicidade de moda, sendo "o primeiro a utilizar catálogos de moda como instrumento que permita ao estilista mostrar ao mundo o seu trabalho" (DIAS, BONATTO, 2017, p. 1.455).

6.3. PÚBLICO-ALVO

A segmentação de mercado, por sua vez, consiste em identificar grupos a partir de suas preferências, poder de compra, localização geográfica, atitudes de compras, hábitos de compras similares. Percebe-se, então, que a segmentação de mercado está entre o marketing de massa e o marketing individual. As vantagens da segmentação de mercado é que este pode oferecer a seus consumidores ou clientes vários benefícios criando produtos ou oferecendo serviços adequados a cada grupo, oferecendo assim um preço apropriado a seu público-alvo (KOTLER, 2017).

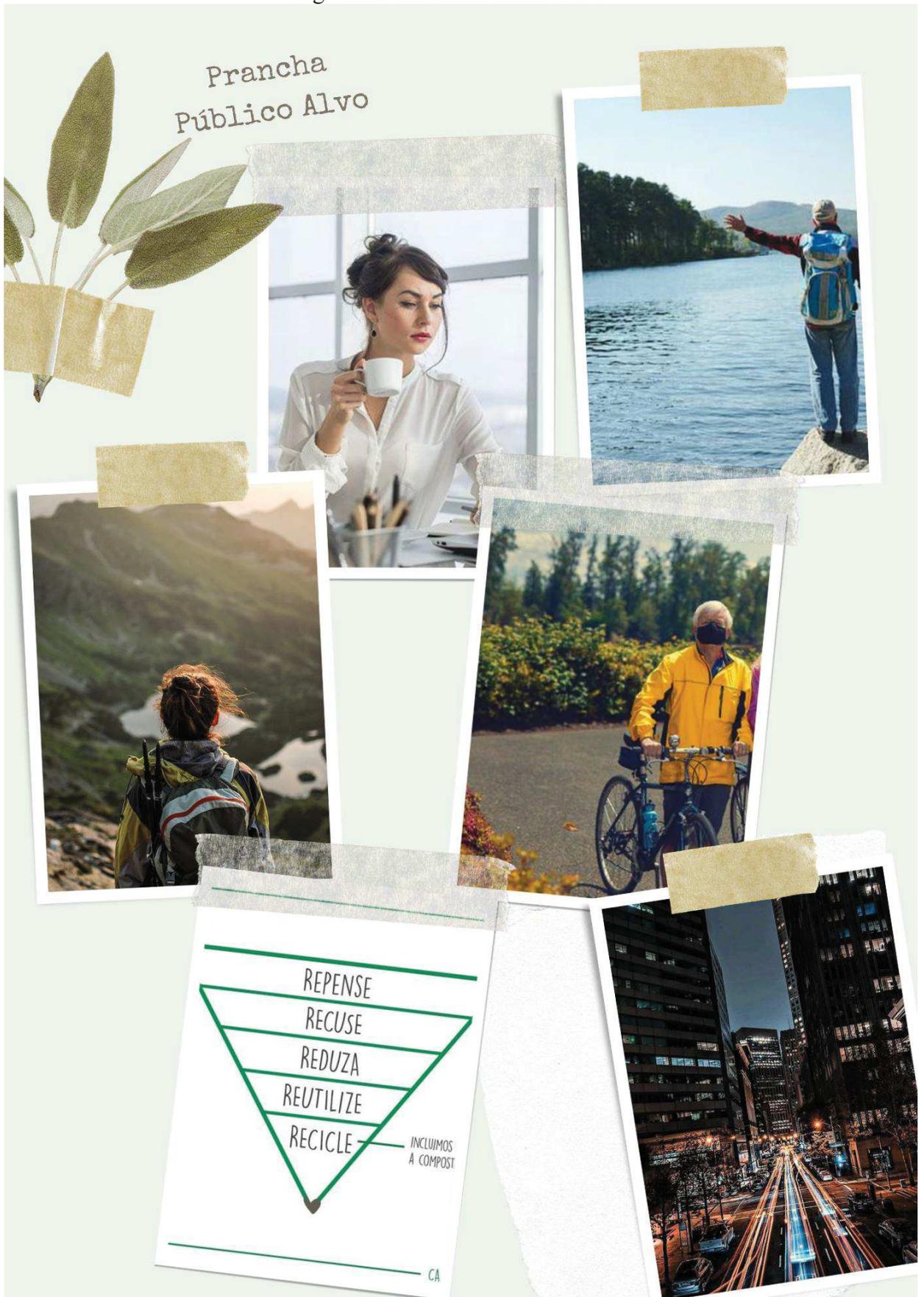
De acordo com Lopes (2019), de início a segmentação de mercado não era considerada uma tarefa difícil; pois consistia apenas em dividir o mercado em segmentos. Portanto, alguns teóricos e executivos vieram a perceber que esta segmentação pode vir a ser uma poderosa arma estratégica, em que suas implicações decorrem da escolha de segmentos bem definidos para o delineamento de estratégias competitivas. Conforme o autor, existem alguns critérios a serem observados: em primeiro lugar, segmenta-se o mercado; em seguida, escolhe-se o alvo com que se quer trabalhar, diferenciando-se produtos e serviços de modo a atender necessidades e desejos do público-alvo e, posteriormente, posiciona-se o produto como forma de expressar as diferenças existentes. Como se pode perceber, a segmentação, no conjunto, pode ser considerada a base de toda a estratégia de marketing.

Prado (2019) ressalta que para desenvolver um catálogo de peças modulares é preciso conhecer o público-alvo, levando em consideração a perspectiva ou visão deste para o consumo consciente. Elabora-se um catálogo que contribua para um menor consumo, com

possibilidades que permitam a interação do consumidor com as suas peças, e com características multifuncionais, espera-se contribuir para uma relação consciente e afetiva com o consumidor.

A definição do público-alvo partiu de consumidores multitarefas adeptos do consumo consciente, que valorizem a interatividade com as peças e a possibilidade de adequação a diversos ambientes, oferecendo a oportunidade de criação a partir dessas opções. Consideraram-se elementos, de fácil acesso, que facilitassem na transição da transformação das peças bases para as modulares. (FIGURA 12)

Figura 12: Prancha Público Alvo



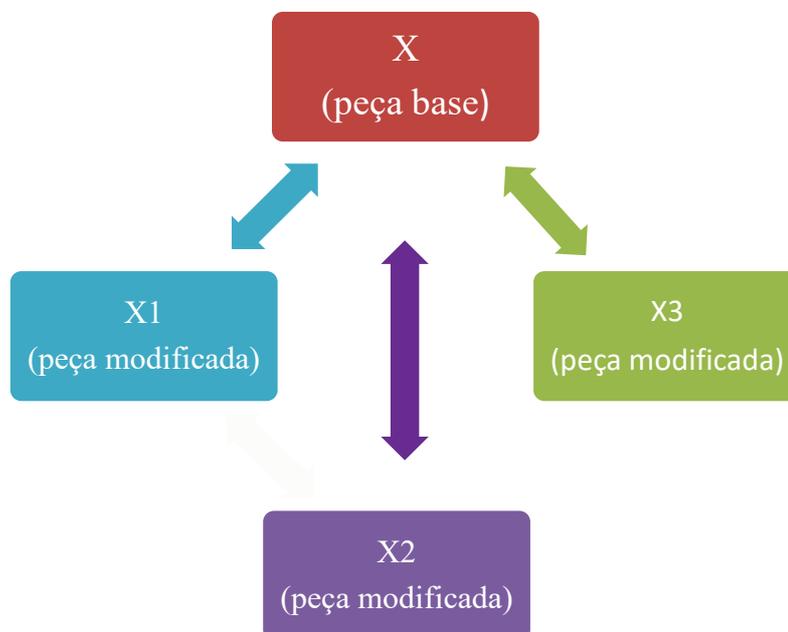
Fonte: Elaborado pela aluna (2020)

7 ESTUDO DE POSSIBILIDADES DE MODIFICAÇÃO DE CADA PEÇA

Este projeto se pautou na modificação de duas peças que possam se transformar e assim apresentar características multifuncionais e intercambiáveis, que se “desacoplam” e se transformam, de acordo com as necessidades do indivíduo. Desta forma, possibilitando a composição de diversos *looks*, que podem ter variações segundo adequações sugeridas pelo clima ou pela ocasião em que se deseja o uso da roupa.

Baseia-se na principal característica de uma peça modular, a peça precisa ter uma ou mais possibilidades de transformação, mas tendo a possibilidade de retornar à sua forma original a qualquer momento. Ou seja, se eu tenho uma peça **X**, ela pode se transformar em **X1**, **X2**, **X3**, entre outros, mas deve-se voltar a sua forma **X** original através de componentes facilitadores, como se pode ver na figura 14. “No vestuário modular a roupa pode ser continuamente alterada ou desmontada, e os módulos podem ser transformados em algo novo” (QUINN , 2002: 127) (Figura 13).

Figura 13: Representação de módulos



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

A escolha das peças, a serem modificadas, se deu através de peças que podem ser encontradas com maior facilidade, por exemplo, uma camisa e um vestido. A etapa que se seguiu à formulação da hipótese foi a pesquisa de materiais que se adequassem ao projeto e

sua experimentação. A fase de pesquisa de materiais foi conduzida de forma alternada com a respectiva experimentação dos materiais em modelos de teste. O elemento chave escolhido para fazer a ligação e a separação dos componentes, assim mudando as características presente em uma determinada peça, foi o fecho desmontável. A escolha deu-se pela viabilidade de adequação do elemento com as diversas possibilidades imaginadas para cada peça. Outros elementos foram testados, por exemplo, colchetes, botões e velcro, porém não resultaram ao acabamento desejado.

Assim, combinando o conceito de peça modular mais o elemento chave, escolhido para ser o facilitador das transformações das peças, a seguir se têm as etapas de desconstrução e reconstrução das peças selecionadas.

7.1 PEÇA 1: DESCONSTRUÇÃO E RECONSTRUÇÃO DA CAMISA

A possibilidade de transformação que foi imaginada e explorada para a camisa foi a remoção das mangas e da gola. Desta forma, possibilitando a uma única peça ter três possibilidades de uso.

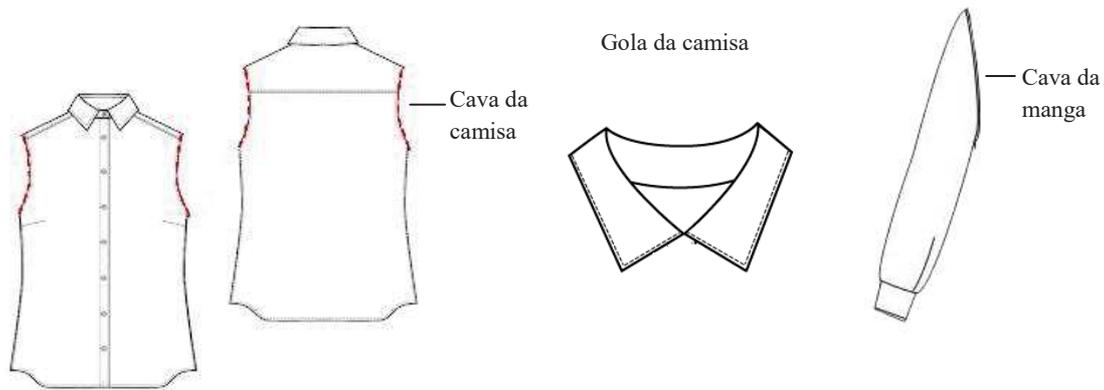
Figura: 14: Representação da camisa base



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Pede-se ao consumidor que, com o auxílio de um abridor de caseados, descosture as duas mangas e a gola (FIGURA 15).

Figura 15: Partes desacopladas da camisa



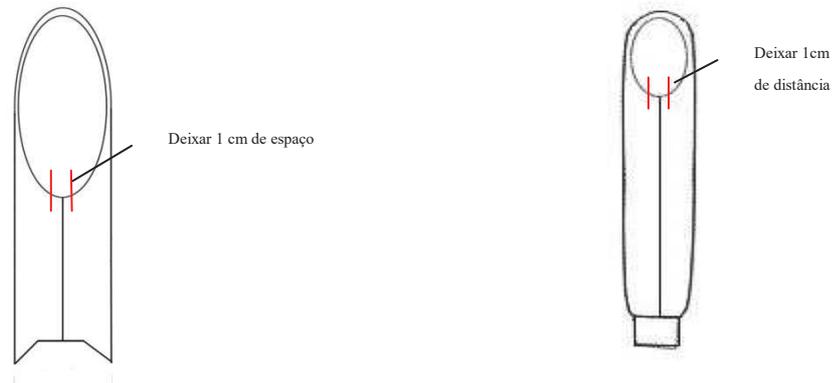
Fonte: Elaborado pela aluna (2020)

Após essas três partes estarem separadas, o consumidor irá dobrar 1 cm de ambas as cavas em direção ao lado avesso da camisa, e repetir o processo com as cavas das mangas. Desta forma, facilita-se a colocação do zíper e já se faz o acabamento da peça.

Em seguida, irá ser medido o tamanho do comprimento do zíper em relação à cava da blusa, onde o mesmo irá ser colocado. Na parte de ambas as cavas da camisa, o consumidor irá colocar o lado “A” do zíper, e o lado “B” nas cavas das mangas. Desta forma, conectando o lado “A”, a cava da blusa, com lado “B”, a cava da manga.

Pede-se ao consumidor para pregar, de acordo com os lados indicados do zíper, com o pesponto (costura a mão), no avesso da peça onde foi feita a dobra de um cm em todas as cavas e mangas. Desta maneira, o zíper não irá aparecer quando a peça for utilizada sem e com as mangas. Aconselha-se o consumidor deixar 1 cm de distância entre o início do zíper pregado nas cavas até o final do mesmo, assim, não ocorre o risco do puxador do zíper incomodar (FIGURA 16).

Figura 16: Representação da camisa e da manga vista de lado.



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

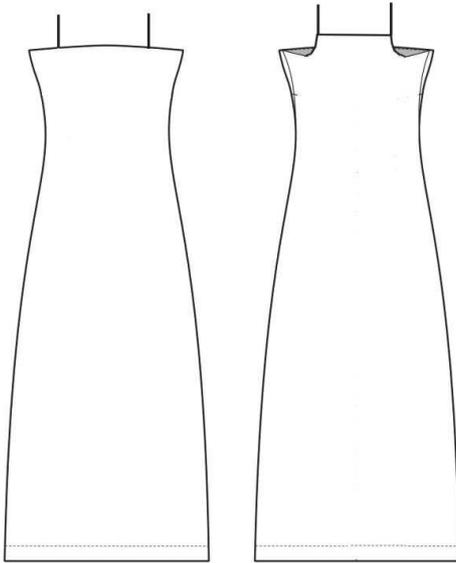
Na parte do colarinho, tem-se a possibilidade de embutir o zíper. Entre os dois lados da barra do colarinho irá ser pespontado o lado “A” do zíper no colarinho. O mesmo processo irá acontecer com a gola, porém irá ser colocado o lado “B” do zíper.

Como já foi apontado, as peças irão se conectar de acordo com cada lado do zíper, mas sempre tendo em mente que o lado “A” só irá conseguir conectar com o lado “B”, assim sendo possível a transformação da peça.

7.2 PEÇA 2: DESCONSTRUÇÃO E RECONSTRUÇÃO DO VESTIDO

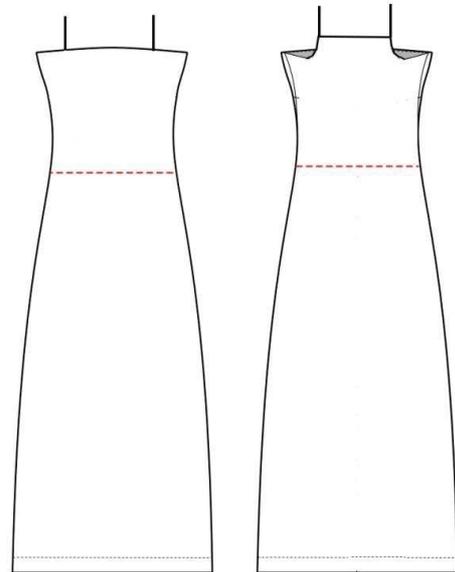
As possibilidades de transformações que foram imaginadas para o vestido foram: uma saia longa, uma saia curta, uma camiseta e uma bolsa. Desta forma, têm-se quatro possibilidades de transformação para a peça. (FIGURA 17 e 18)

Figura 17 Frente e Costas do vestido base



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

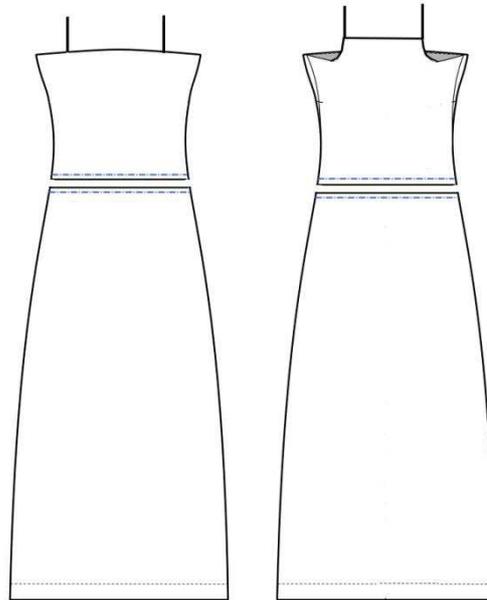
Figura 18 Representação da altura da linha de corte



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Nota-se que na figura 17 têm-se os dois lados da peça base. Já na figura 18, se inicia o passo a passo para o consumidor seguir e desta forma conseguir fazer a transformação em sua peça. Na figura 18, tem-se a marcação da altura onde irá ser feito o corte da roupa. O tamanho da altura da marcação do corte fica a critério de cada consumidor de acordo com o seu gosto e necessidade. Após esta decisão o consumidor irá cortar a peça, assim dividindo o vestido em uma saia e uma blusa, de acordo com a figura 19.

Figura 19: Representação, da parte do vestido dividido em módulos.



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Após fazer o corte, o consumidor irá dobrar 1 cm de toda a barra para o lado de dentro da peça, como mostrado na figura 19, desta forma facilita-se a colocação do zíper.

Em seguida, irá ser medido o tamanho do comprimento do zíper em relação à barra, onde o mesmo irá ser colocado. Na parte da frente, o consumidor irá colocar o lado “A” do zíper na barra da camiseta e o lado “B” na barra superior da saia. Já a processo das costas irá inverter a colocação dos lados do zíper, lado A na barra superior da saia e lado B na barra da camiseta. Desta forma irá permitir que a parte de cima transformasse em uma bolsa, já que o lado “A” do zíper sempre se encaixa com o lado “B”.

Pede-se ao consumidor para pregar, de acordo com os lados do zíper, com o pesponto (costura a mão), no avesso da peça onde foi feita a dobra de um cm em toda a barra. Desta maneira o zíper não irá aparecer quando a peça for utilizada como um vestido.

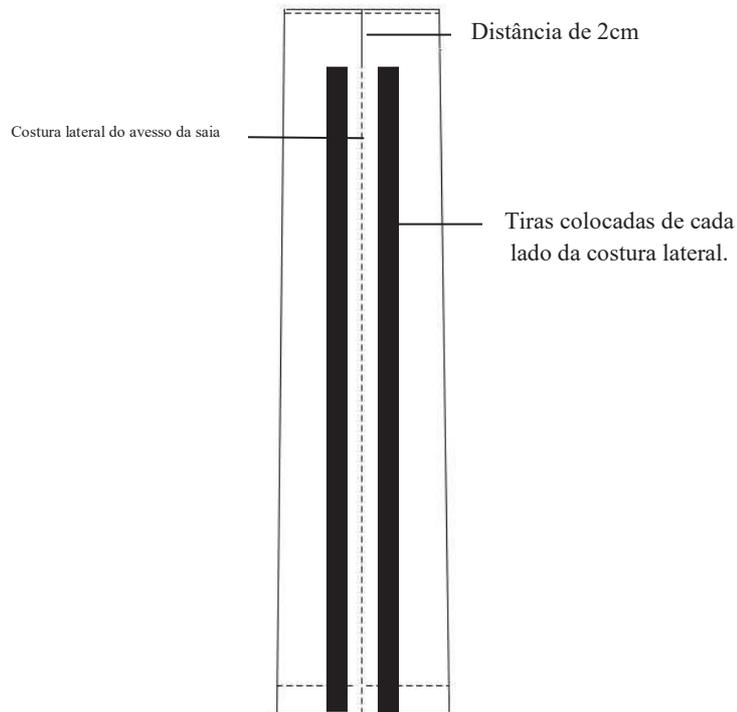
Como foi apontado, as peças irão se conectar de acordo com cada lado do zíper, mas sempre tendo em mente que o lado “A” só irá conseguir conectar com o lado “B”, assim sendo possível a transformação da peça.

Para que se transforme a saia longa em uma peça mais curta franzida, pede-se ao consumidor para virar a peça ao avesso e deixar uma distância de 2 cm a partir a altura da

cintura até a bainha. Com este tamanho o consumidor irá cortar quatro pedaços de tecidos, com a largura de 5 cm, serão usadas 2 tiras para cada lado da lateral do vestido.

Instrui-se o consumidor a colocar de cada lado das costuras laterais da saia uma tira do tecido cortado. Desta forma, cada lado ficará com duas tiras. Após fazer esse procedimento pesponte-as (FIGURA 20).

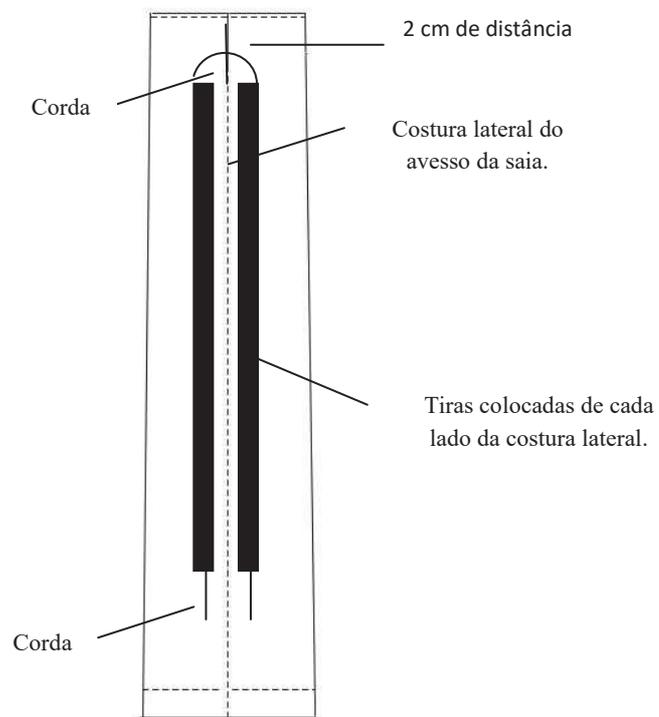
Figura 20: Representação do avesso da lateral da costura do módulo da saia



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

O consumidor irá passar uma corda ou fita, por dentro das duas tiras, começando pela bainha do lado direito, percorrendo todo o comprimento da tira e passando para o lado esquerdo (FIGURA 21).

Figura 21: Representação da lateral do avesso da saia



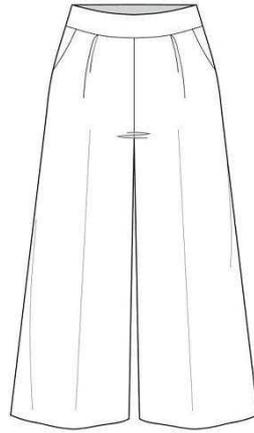
Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Assim, quando se desejar modificar o comprimento da peça, só irá ser preciso puxar a corda e fazer um laço.

7.3 PEÇA 3: DESCONSTRUÇÃO E RECONSTRUÇÃO DA CALÇA

As possibilidades de transformações que foram imaginadas para a calça, (FIGURA 22), foram: um casaco e a diminuição do comprimento da calça, uma camiseta e uma bolsa. Desta forma, têm-se três possibilidades de transformação para a peça.

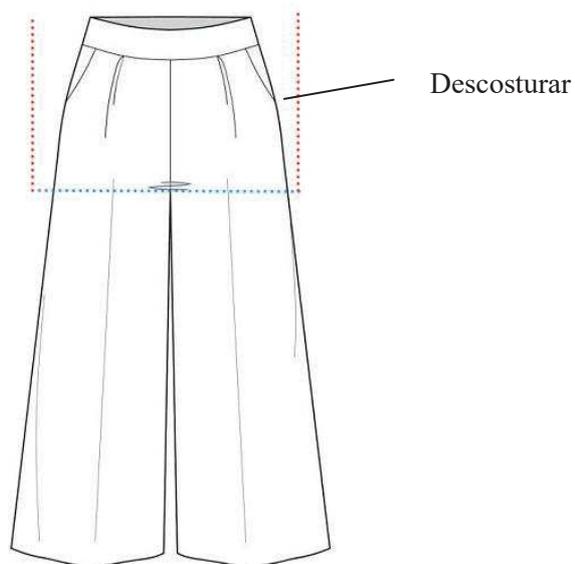
Figura 22: Representação da peça base calça



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

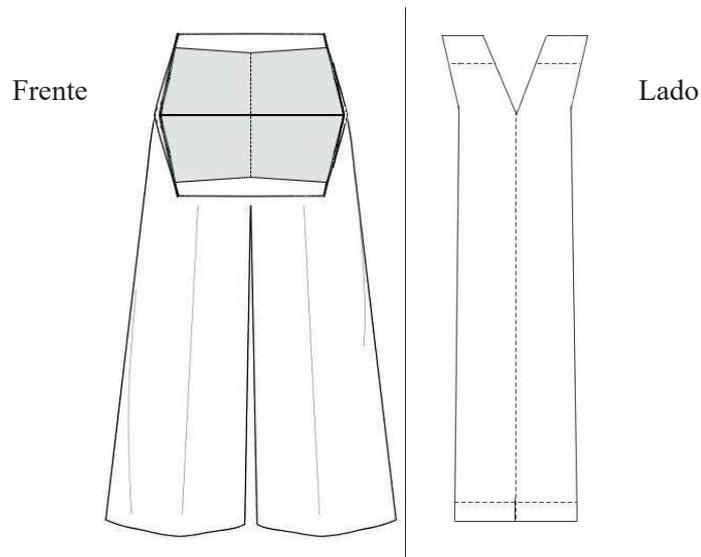
Pede-se ao consumidor que, com o auxílio de um abridor de caseados, descosture as laterais da calça, partindo do início do cós até a altura do gancho (FIGURA 23).

Figura 23: Representação da altura da lateral



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

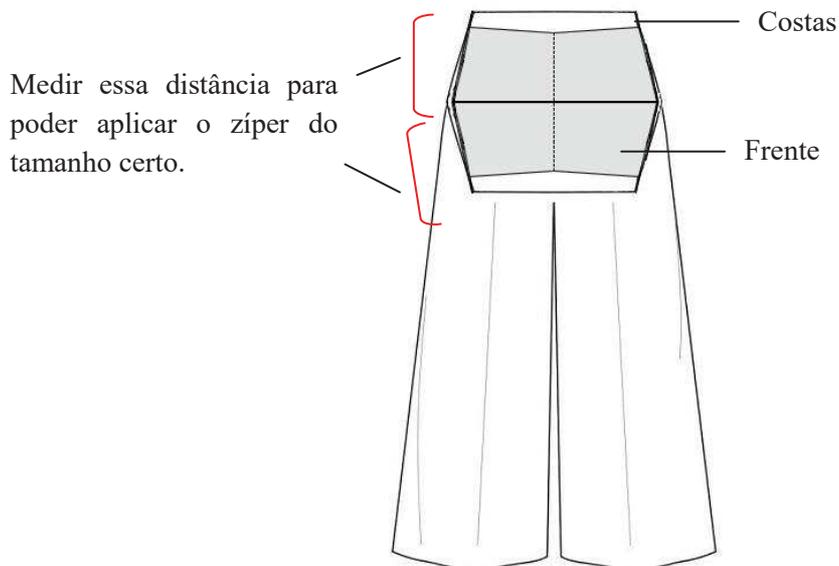
Figura 24: Representação da calça descosturada vista de frente e de lado.



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Após descosturar as laterais, pede-se ao consumidor para dobrar 1 cm de ambas as laterais onde foram descosturadas em direção ao lado avesso da calça. Desta forma, facilita-se a colocação do zíper e já se faz o acabamento da peça. Em seguida, irá ser medido o tamanho do comprimento do zíper em relação à abertura feita na lateral da calça, do cós até a altura do gancho da calça, onde o mesmo irá ser colocado (FIGURA 25). Na parte da frente o consumidor irá colocar o lado “A” do zíper, e o lado “B” na parte de trás. Desta forma conectando o lado “A”, a parte da frente da calça, com lado “B”, da parte de trás da calça.

Figura 25: Representação da calça.



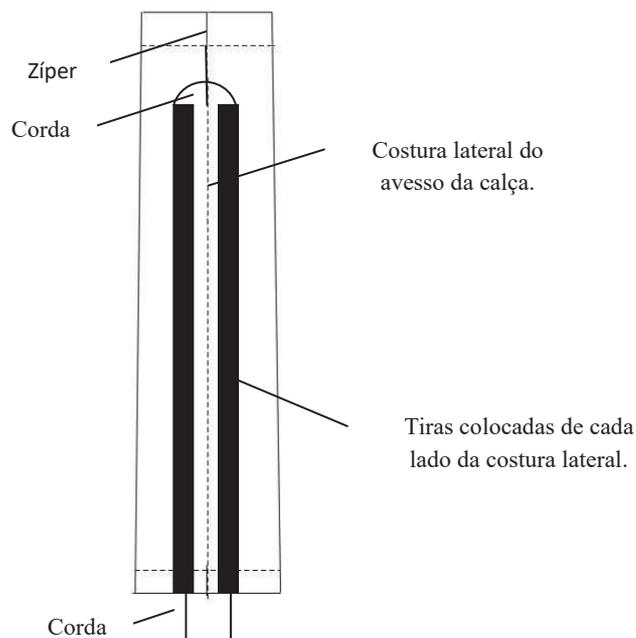
Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Pede-se ao consumidor para pregar, de acordo com os lados indicados do zíper, com o pesponto (costura a mão), no avesso da peça onde foi feita a dobra de 1 cm. Desta maneira, o zíper não irá aparecer quando a peça for utilizada como uma calça.

Para que se possa modificar o tamanho do comprimento da calça, deve-se virar a peça ao avesso para que seja possível medir a distância da calça do final do zíper até a bainha. Com este tamanho o consumidor irá cortar quatro pedaços de tecidos, com a largura de 5 cm, pois cada lado da calça será usado duas tiras.

Instrui-se o consumidor para colocar de cada lado das costuras laterais das pernas da calça uma tira do tecido cortado. Desta forma, cada lado ficará com duas tiras. Após fazer esse procedimento pesponte as tiras na calça (FIGURA 26).

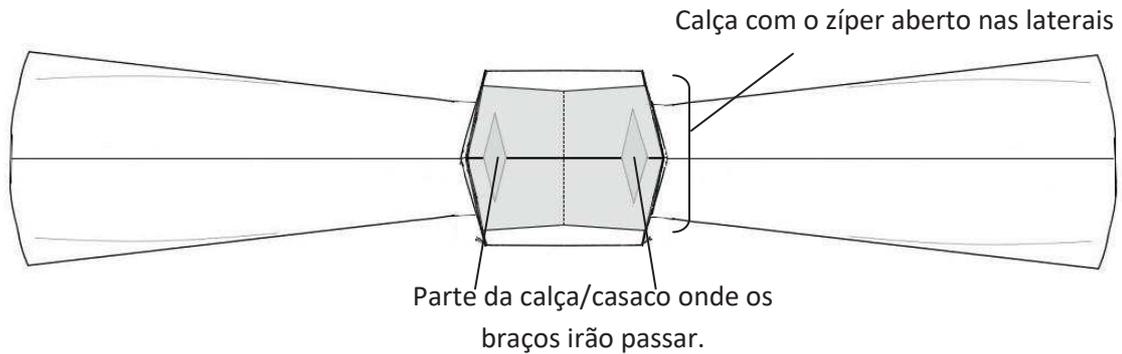
Figura 26: Representação da lateral do avesso da calça



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

O consumidor irá passar uma corda ou fita, por dentro das duas tiras, começando pela bainha do lado direito, percorrendo todo o comprimento da tira e passando para o lado esquerdo. Assim, quando desejar encurtar a peça, só precisa puxar a corda.

Figura 27: Representação da calça que se transforma em casaco e como se veste.



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Para a calça se transformar em um casaco, instrui-se o consumidor que abra ambos os fechos nas laterais, usar o cós da parte das costas como barra e passar os braços pelas pernas da calça (FIGURA 27). Assim, as pernas da calça irão se transformar nas mangas do casaco, o cós da parte da frente se transformará na gola do casaco e cós da parte das costas irá se transformar na barra do casaco.

8 A PRODUÇÃO DE MODA

Este catálogo tem como objetivo principal ser um produto que auxilia o consumidor no passo a passo para a modificação de suas peças, com uma linguagem simples e bem explicada, para facilitar o entendimento. Espera-se que o consumidor tenha alguma noção de costura.

Como um dos problemas seria a dificuldade de todos os consumidores possuírem uma máquina de costura, a solução encontrada foi a de ser possível tanto costurar a mão como em uma máquina de costura.

Antes de iniciar com a explicação do passo a passo para a desconstrução da peça, serão listados os materiais que cada peça exige. Além de haver um glossário que explica termos, técnicas e a função de determinados materiais usados.

O nome do catálogo foi pensado através do significado da palavra ressignificar (atribuir um novo significado; dar um sentido diferente a alguma coisa; redefinir) e uma brincadeira com a palavra “ser”. Parte-se da premissa de que se precisa “ressignificando o ser” alterar os hábitos e as ideias, já que, como foi apontado neste trabalho, os costumes do consumidor estão mudando, tornando-se mais consciente com o meio. A moda modular permite ao consumidor a possibilidade de mais de uma função para a roupa, desta forma, ajuda na otimização do guarda roupa e cria um vínculo emocional com a peça.

O catálogo “Ressignificando o ser”, permite aos consumidores modificar peças que já possuem, criando quantas variações forem desejadas e permitidas. Assim, reduzindo o hábito de consumo e trazendo uma maior consciência do consumidor com as suas peças.

8.1 A ESCOLHA DO CENÁRIO

Para a realização das fotos do catálogo “Ressignificando o ser”, pensou-se nas características mais discutidas neste trabalho, a modularidade e a sustentabilidade. Escolhendo-se para a criação do fundo do cenário o Algodão Orgânico. Segundo Alves, Figueiro e Raphaelli (2006) pode-se dizer que o algodão está ligado à origem mais remota do vestuário, ele vem sendo usado como fibra têxtil há mais de 7000 anos. Sendo a fibra mais natural e econômica conhecida. As principais vantagens comparativas do algodão em relação às fibras artificiais e sintéticas decorrem principalmente do conforto referente ao toque

agradável, absorção de água, resistência ao uso, e também dos aspectos ecológicos, por ser biodegradável.

Ainda segundo os autores Alves, Figueiroe Raphaelli (2006) para que um produto seja considerado orgânico, é preciso que seja inspecionado e certificado em toda a cadeia de produção. Isso significa que além das condições de cultivo obedecerem a práticas orgânicas, as etapas seguintes, como o beneficiamento, fiação e tecelagem, também devem ser certificadas como orgânicas.

O cenário foi decorado com três objetos, um banco, caixote e uma mistura de folhagens secas. Ao longo do ensaio fotográfico, esses objetos foram sendo trocados de lugar, de acordo com a desconstrução e transformação das peças de roupas em novos módulos.

Segundo Fletcher e Grose (2011), o trabalho com artesãos locais agrega valor tanto para o produto de moda como para a valorização do trabalho regional. Desta forma as características do produto se destacam e conseguem manter uma cultura, sustentam trabalhos dignos e ainda mantém uma estética única da peça que dificulta a cópia e a falsificação. Além disso, foi escolhido o baú de vinil, que se enquadra dentro desta passagem de Fletcher e Grose, pois foi fabricado manualmente por uma comerciante local e por sua matéria prima não ser de reflorestamento simples e ser abundante na natureza (FIGURA 28).

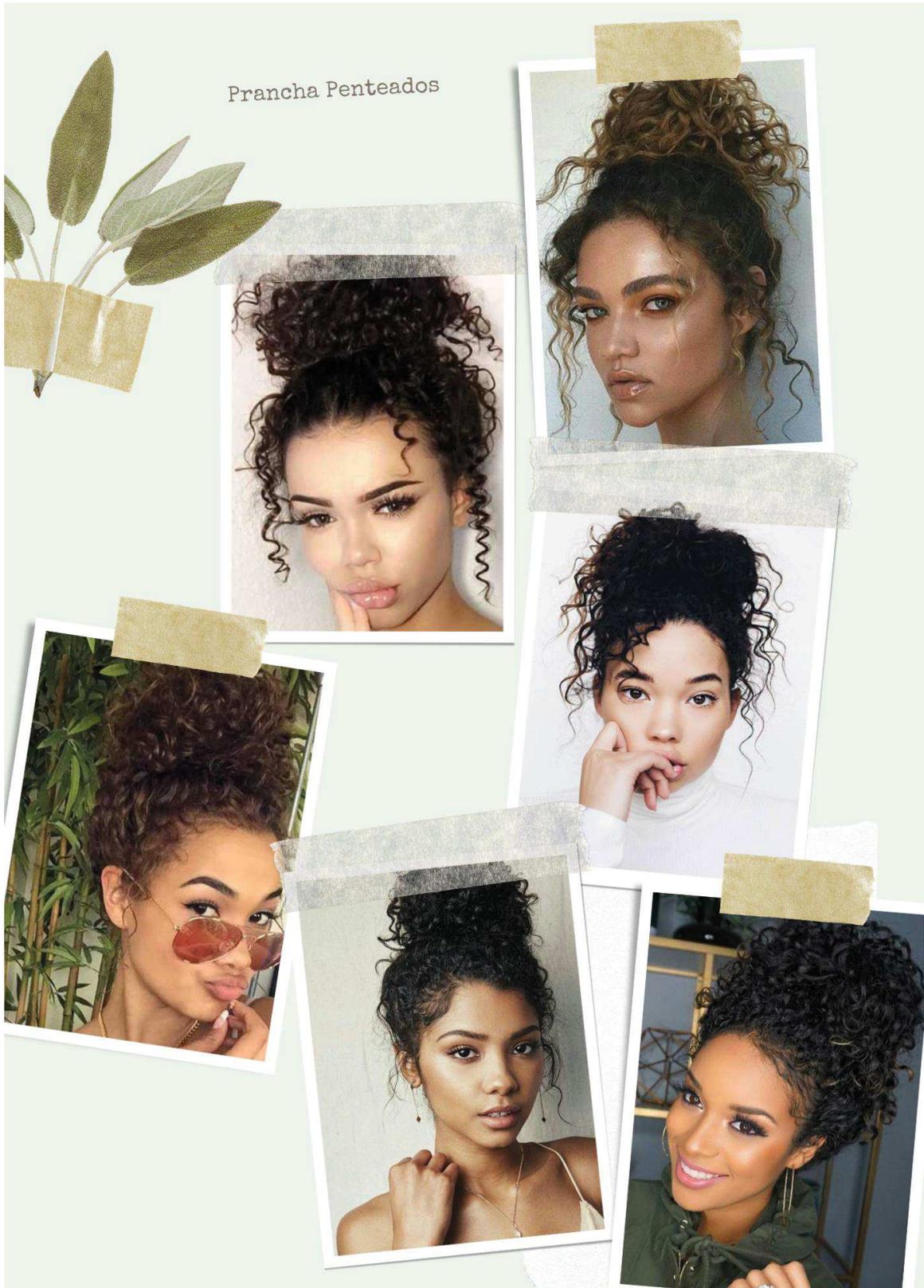
Figura 28: Prancha Cenário



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

8.2 PRANCHA PENTEADO

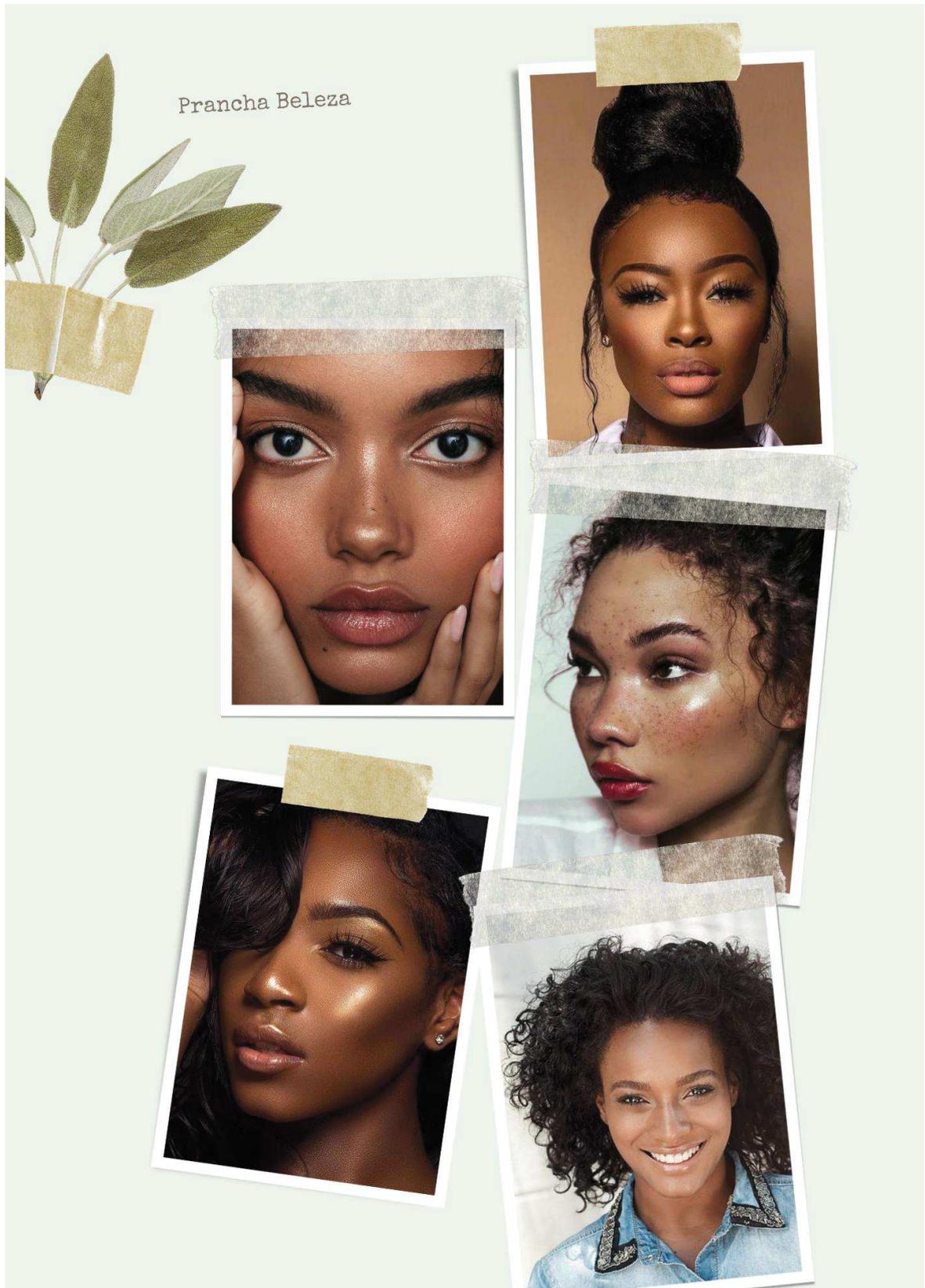
Figura 29: Prancha Penteado



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

8.3 PRANCHA BELEZA

Figura 30: Prancha Beleza



Fonte: Elaborada pela autora

8.4 PRANCHA POSES

Figura 31: Prancha Poses

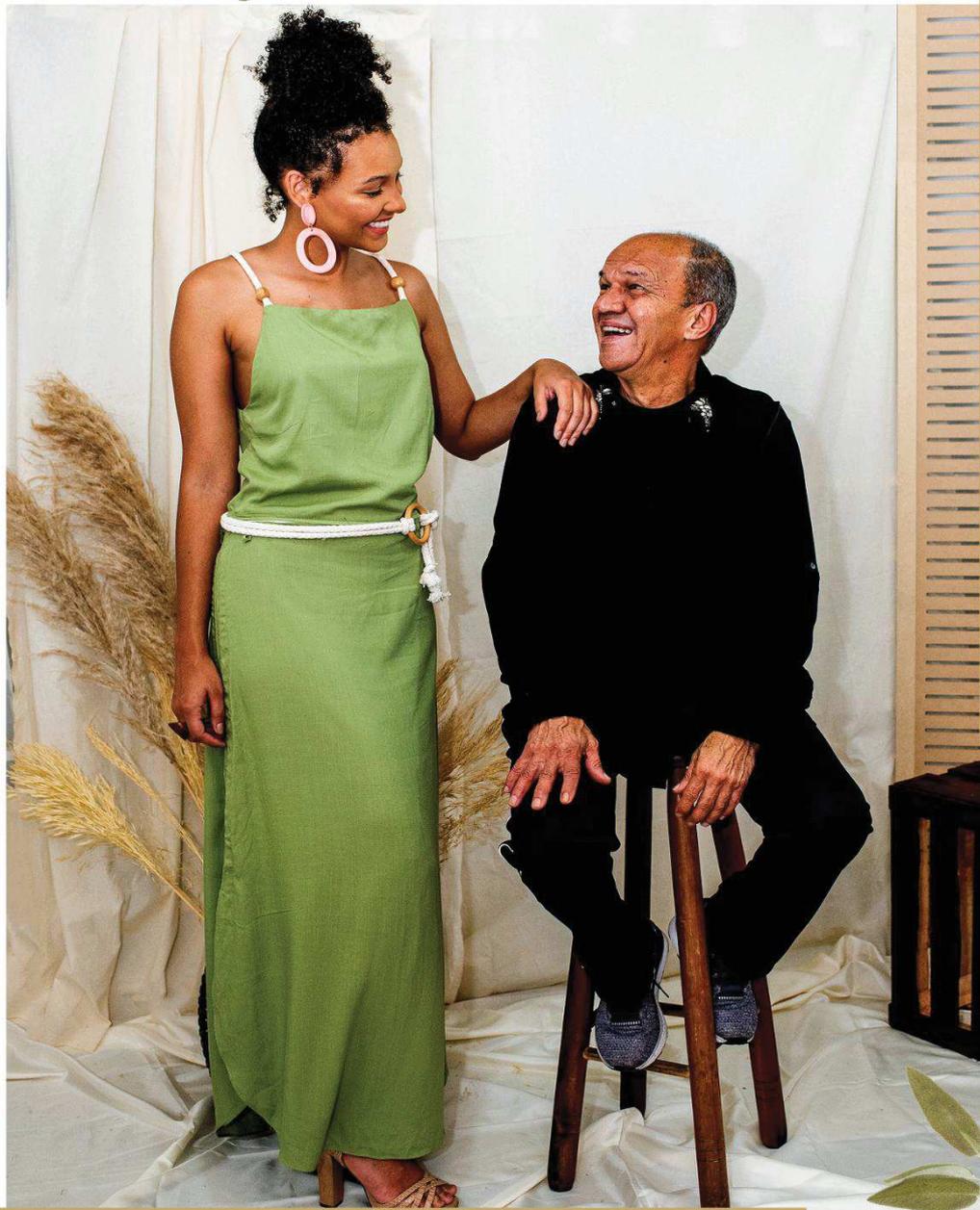


Fonte: Elaborado pela autora (2020)

8.5 CATÁLOGO RESSIGNIFICANDO O SER

Figura 32: Capa do Catálogo Resignificando o ser

CATÁLOGO DE PEÇAS MODULARES
Resignificando o ser



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 33: Ficha Técnica do Catálogo



Conceito, Direção, Produção geral: Mayara Coelho

Styling e Produção de Moda: Mayara Coelho

Fotografia e Tratamento de imagens: Christiano
Oliveira

Acessórios: Paula Valle e Mayara Coelho

Roupas: Acervo pessoal de Mayara Coelho

Modelos: Anthoely Vieira e Valter Balbino

Maquiagem: Mayara Coelho

Locação: Esmalteria Rosa Azul- Juiz de Fora/MG

Figura 34: Sumário do Catálogo



Sumário:

1. Apresentação 4
2. Glossário 6
3. Reconstrução da Camisa 11
4. Reconstrução do Vestido 23
5. Reconstrução da Calça 35

Figura 35: Página 3 do Catálogo

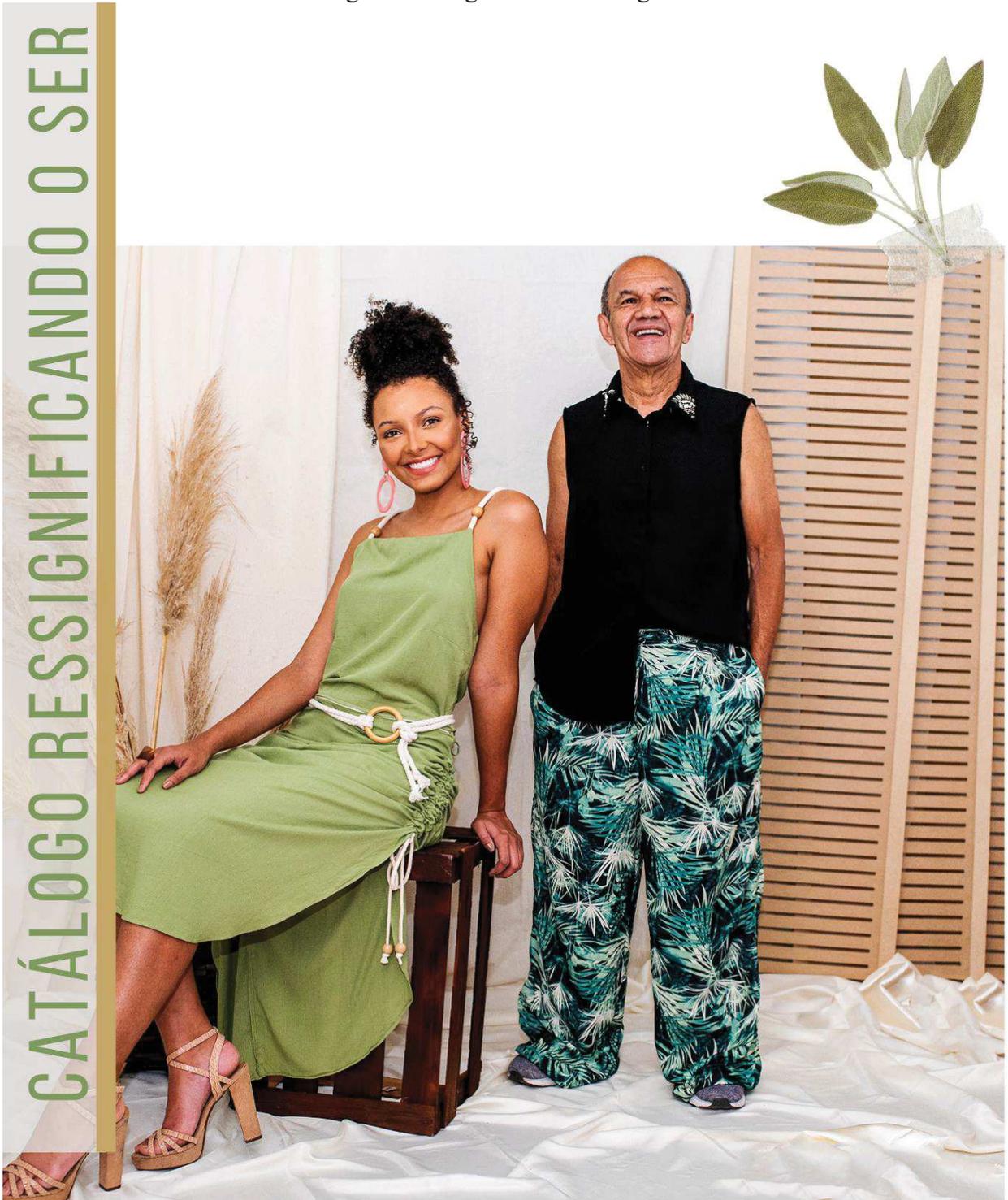


Figura 36: Apresentação do Catálogo

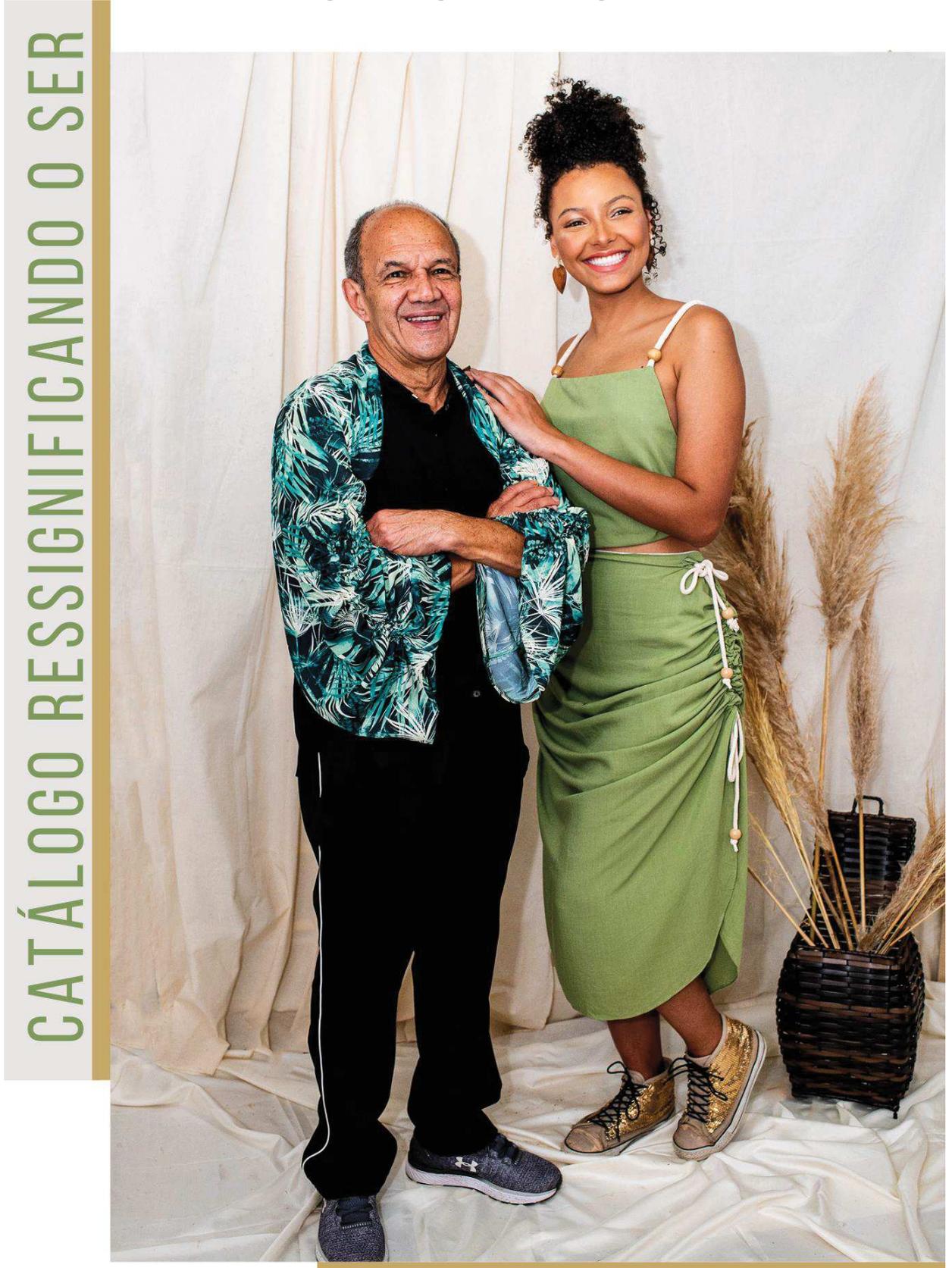


Apresentação

Este catálogo é para você, que assim como nós, anseia por uma moda mais consciente e por aproveitar peças de roupas que já se possuem.

Ressignificar o nosso próprio ser é o que precisamos para um mundo melhor.

Figura 37: Página 5 do Catálogo



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 38: Glossário do Catálogo

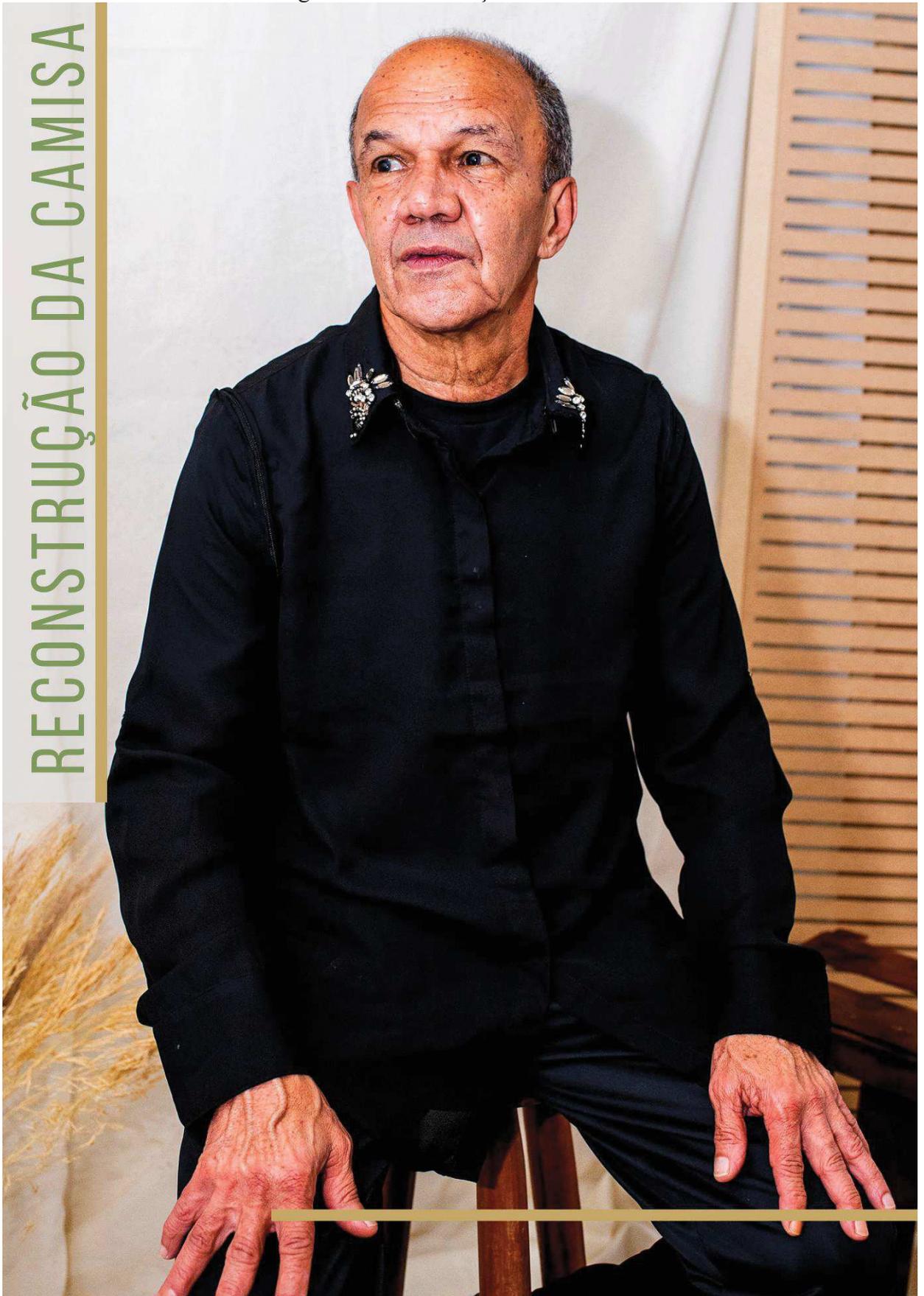


GLOSSÁRIO

Abridor de caseados, utilizado como faca para abrir casas de botão, desmanchar costuras e alinhavos, fazer pequenos furos no tecido. Também chamado de descosturador.

Pespointo, ponto de costura em que a agulha entra atrás do lugar por onde saiu, formando uma linha de pontos consecutivos de um lado do tecido e do outro lado, pontos parcialmente sobrepostos uns aos outros.

Figura 39: Reconstrução da Camisa



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 40: Reconstrução da Camisa 2



RECONSTRUÇÃO DA CAMISA

Figura 41: Reconstrução da Camisa 3

RECONSTRUÇÃO DA CAMISA



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 42: Reconstrução da Camisa 4



Figura 43: Passo a Passo da Camisa

MATERIAL:

- Camisa;
- Fecho desmontável de no mínimo 60cm;
- Agulha de mão;
- Linha;
- Tesoura;
- Alfinetes;
- Abridor de caseados.



Para iniciar descosture as duas mangas e o colarinho da gola

Para esta tarefa usar o abridor de caseados para desfazer a costura, caso não tenha um abridor de casa, pode-se usar uma tesoura com ponta pequena para cortar os pontos da costura.



Após as partes estarem separadas, pegue o zíper desmontável e abra-o, assim separando-o e criando o lado A e o lado B.

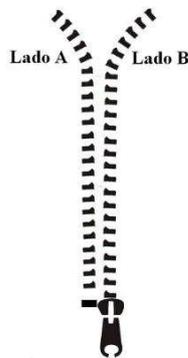


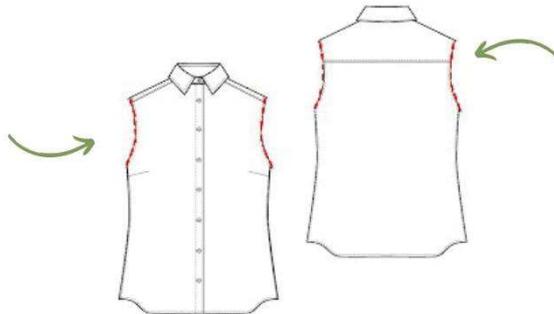
Figura 44: Passo a Passo da Camisa 2



CAVA

Meça o lado A do zíper com a cava da blusa e o lado B com a cava da manga.

Dobre um cm em toda parte da cava em direção ao avesso da camisa. O mesmo processo se repete nas cavas das



Pesponde o lado A do zíper, no avesso da cava da camisa onde foi feita a dobra de um cm, a partir do ponto de encontro das costuras laterais na parte debaixo do braço.

RECONSTRUÇÃO DA CAMISA

Figura 45: Passo a Passo da Camisa 3



Comece a pespontar o lado A do zíper em toda a cava da camisa, Deixe um espaço na parte debaixo da cava da camisa entre uma ponta e outra do zíper, com no mínimo 1cm de distancia entre o início do zíper e o final. Assim o fecho não irá incomodar enquanto se usa a peça.

Lateral da cava da camisa vista de lado

Lateral da cava da manga vista de lado

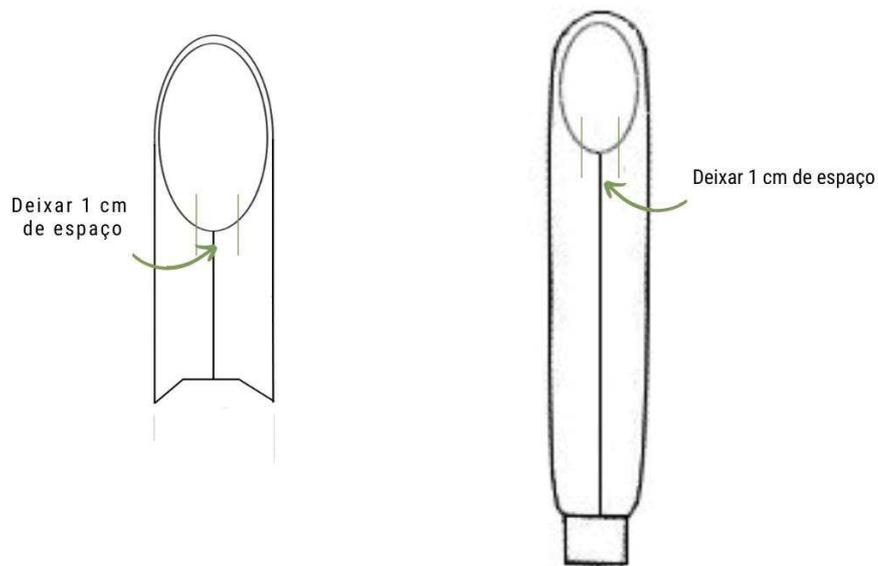
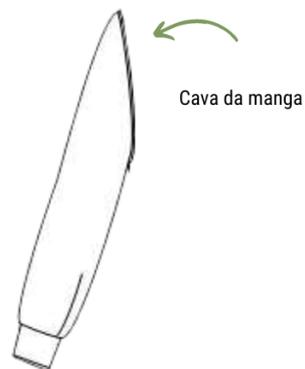


Figura 46: Passo a Passo da Camisa 4

MANGA

O mesmo processo realizado na cava da camisa se repete na cava da manga, porém com o lado B do zíper. Lembre-se de deixar no mínimo um centímetro de distancia entre o inicio e o final do zíper, igual foi feito na cava da manga da camisa.



COLARINHO E GOLA

Meça o tamanho do zíper de acordo com o tamanho do colarinho descosturado.

Entre a parte inferior descosturada do colarinho, pesponte o lado B do zíper.

Entre a parte superior descosturada da gola, pesponte o lado A do zíper.

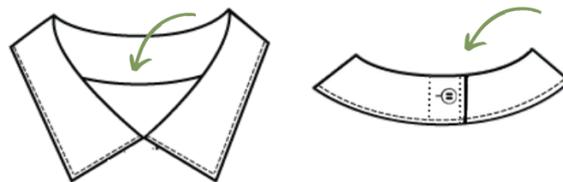
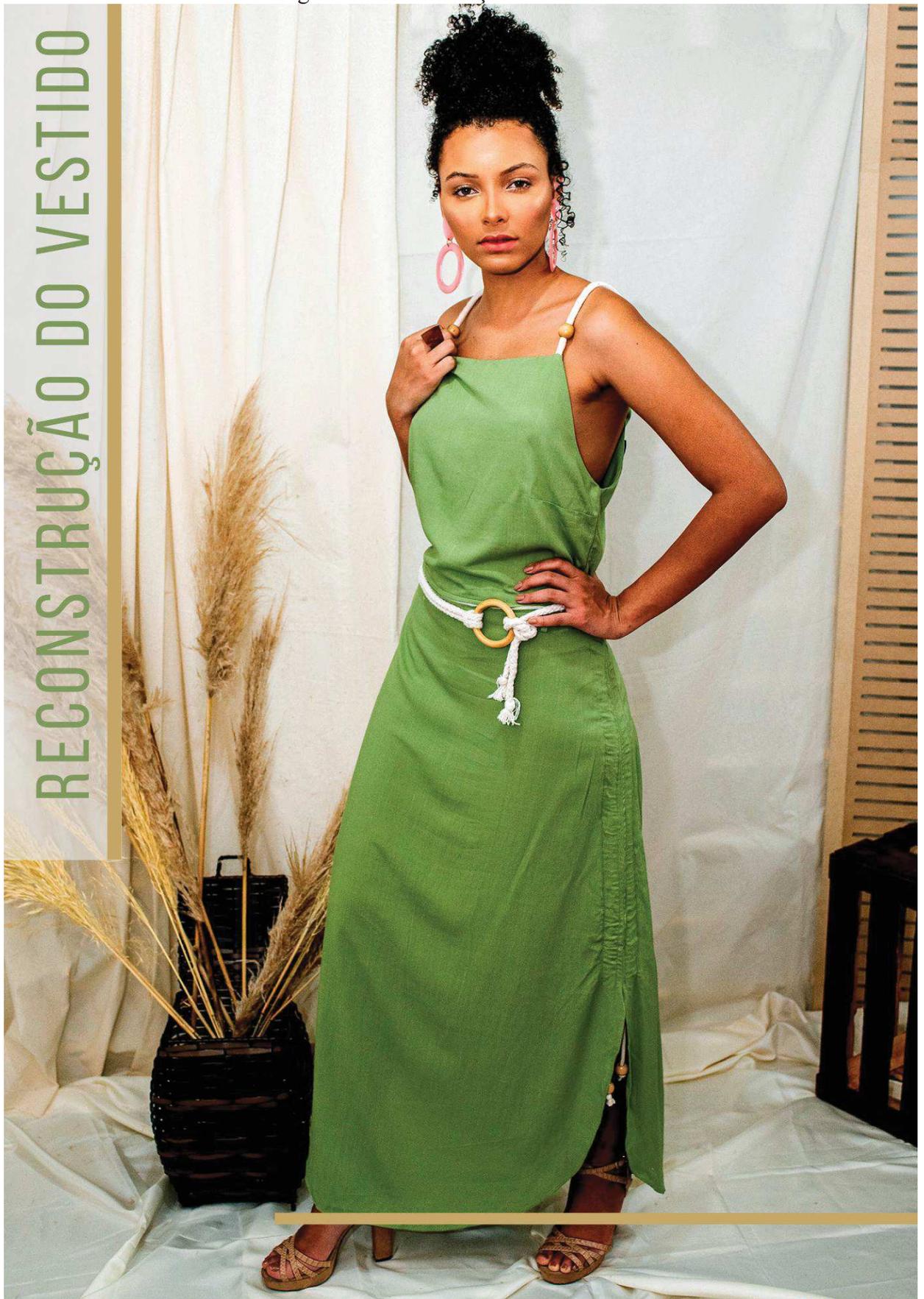


Figura 47: Reconstrução do Vestido



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 48: Reconstrução do Vestido 2



RECONSTRUÇÃO DO VESTIDO

Figura 49: Reconstrução do Vestido 3



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 50: Reconstrução do Vestido 4

RECONSTRUÇÃO DO VESTIDO



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 51: Reconstrução do Vestido 5



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 52: Reconstrução do Vestido 6

RECONSTRUÇÃO DO VESTIDO



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 53: Reconstrução do Vestido 7



RECONSTRUÇÃO DO VESTIDO

Fonte: Elaborado pela autora (2020)

RECONSTRUÇÃO DO VESTIDO

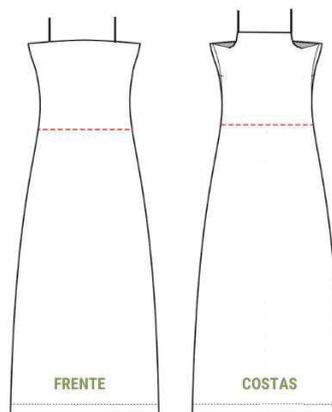
Figura 54: Passo a Passo do Vestido

MATERIAL:

- Vestido
- Fecho desmontável de no mínimo 60cm;
- Agulha de mão;
- Linha;
- Tesoura;
- Corda.

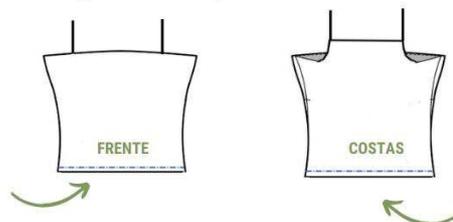


Representação do vestido



Meça a altura desejada, a partir da alça do vestido, depois corte, para que o vestido se transforme em uma saia e uma blusa.

Representação da camiseta



Meça o lado A do zíper com a barra da parte da frente da camiseta e o lado B com a cava da manga.

Figura 55: Passo a Passo do Vestido 2



Dobre 1 cm em toda parte da barra da camiseta em direção ao avesso da camiseta. Repita o mesmo processo no cós da da saia.

Pesponte o lado "A" do zíper, no avesso da peça onde foi feito a dobra de 1 cm, na barra da frente camiseta e o lado "B", no avesso da peça onde foi feito a dobra de um cm, na barra superior da frente da saia.

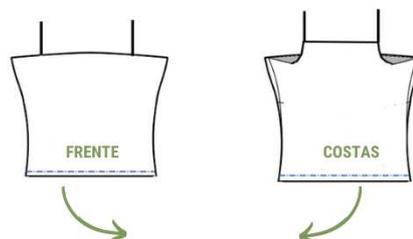
Nas costas inverter a colocação dos lados do zíper, lado A na barra superior da saia e lado B na barra da camiseta.

CAMISETA EM BOLSA

Para transformar a camiseta em bolsa, una o lado do zíper A com o lado B , que se encontram na barra dela. Feche o zíper.

Assim a barra que era aberta irá fechar e se transformar em uma bolsa.

Representação da camiseta



Una o lado o A do zíper da frente com o lado B das costas.

Figura 56: Passo a Passo do Vestido 3

SAIA CURTA FRANZIDA

Vire a peça do avesso e meça 2 cm a partir do início do cós.



Corte quatro pedaços de tecido com o tamanho do comprimento da saia menos 2 cm, com a largura de 5 cm em cada tira. Por exemplo, se o comprimento da saia for 90 cm, você calcula $90 \text{ cm} - 2 \text{ cm} = 88 \text{ cm}$, esses 80 cm serão o tamanho do comprimento da tira.

Para cada lado da saia serão usados 2 tiras.

Como ponto de referência coloque uma tira de cada lado da costura lateral da saia, e pesponte as bordas. Para facilitar alfinete à tira de tecido na lateral da saia, desde o final dos 10 cm até a barra. Pesponte ambos os lados de cada tira.

Representação da lateral da perna da calça

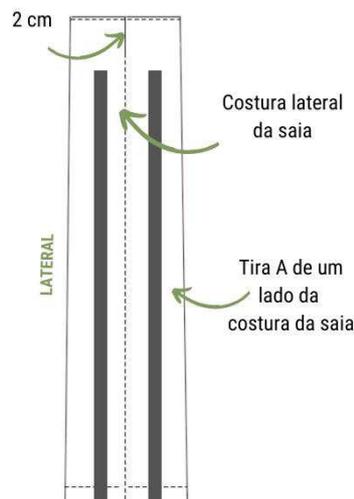


Figura 57: Passo a Passo do Vestido 4



Passe a corda , dentro das duas tiras, começando pela bainha do lado 1, percorrendo todo o comprimento da tira e passando para o lado 2, descendo pela tira do outro lado até o lado 3.

Representação da lateral do vestido

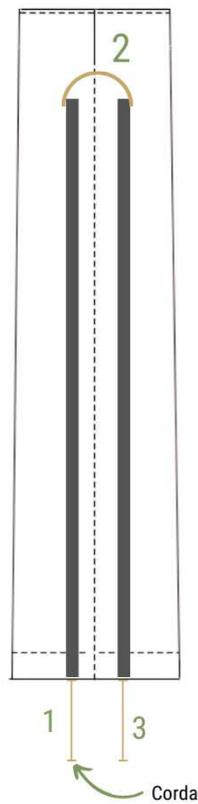


Figura 58: Passo a Passo do Vestido 5

**CASO O MÓDULO DA SAIA FIQUE LARGO NA SUA CINTURA:**

De cada lado da saia, meça a quantidade necessária para que a mesma fique do tamanho adequado a sua cintura. Divida esse número por 4, como resultado costure duas cordas, tendo como referencia a costura lateral da peça.

Por exemplo, se o resultado, para que a saia fique do tamanho da sua cintura, for 20 cm de cada lado, faça: $20/4 = 5\text{cm}$. Marque 5 cm de cada lado das costuras laterais da saia.

Costure na parte da frente do córs da saia, uma corda, antes da lateral da costura, e a outra na parte de trás, após a lateral da costura.

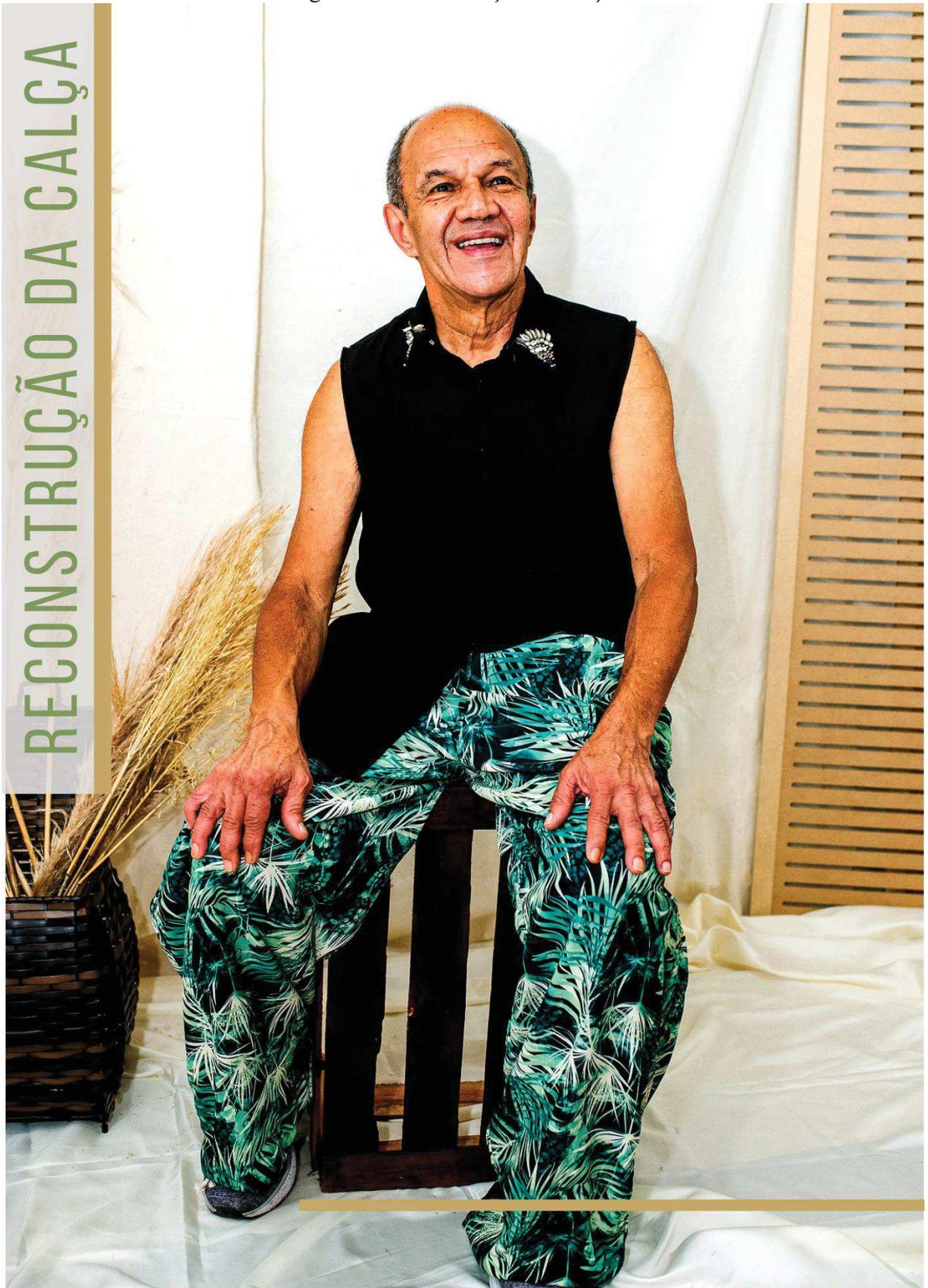
Dessa forma a hora que você for usar o módulo como saia, amarre as cordas de modo que ajuste a cintura da saia.

Também pode-se ser usado colchete no lugar das cordas.



Figura 59: Folha em Branco 2

Figura 60: Reconstrução da Calça



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 61: Reconstrução da Calça 2



RECONSTRUÇÃO DA CALÇA

Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 62: Reconstrução da Calça 3



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Figura 63: Reconstrução da Calça 4



Figura 64: Reconstrução da Calça 5

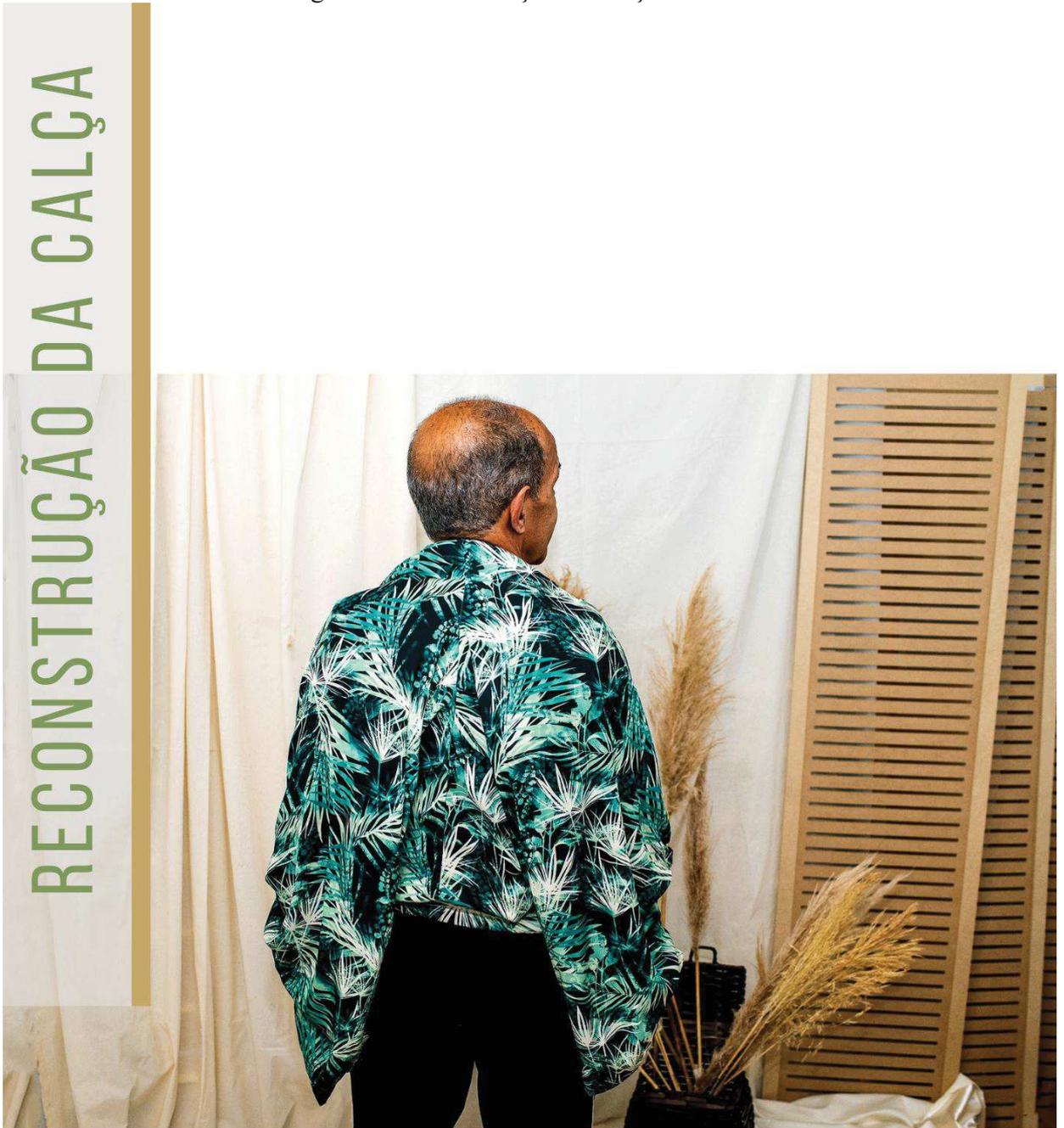
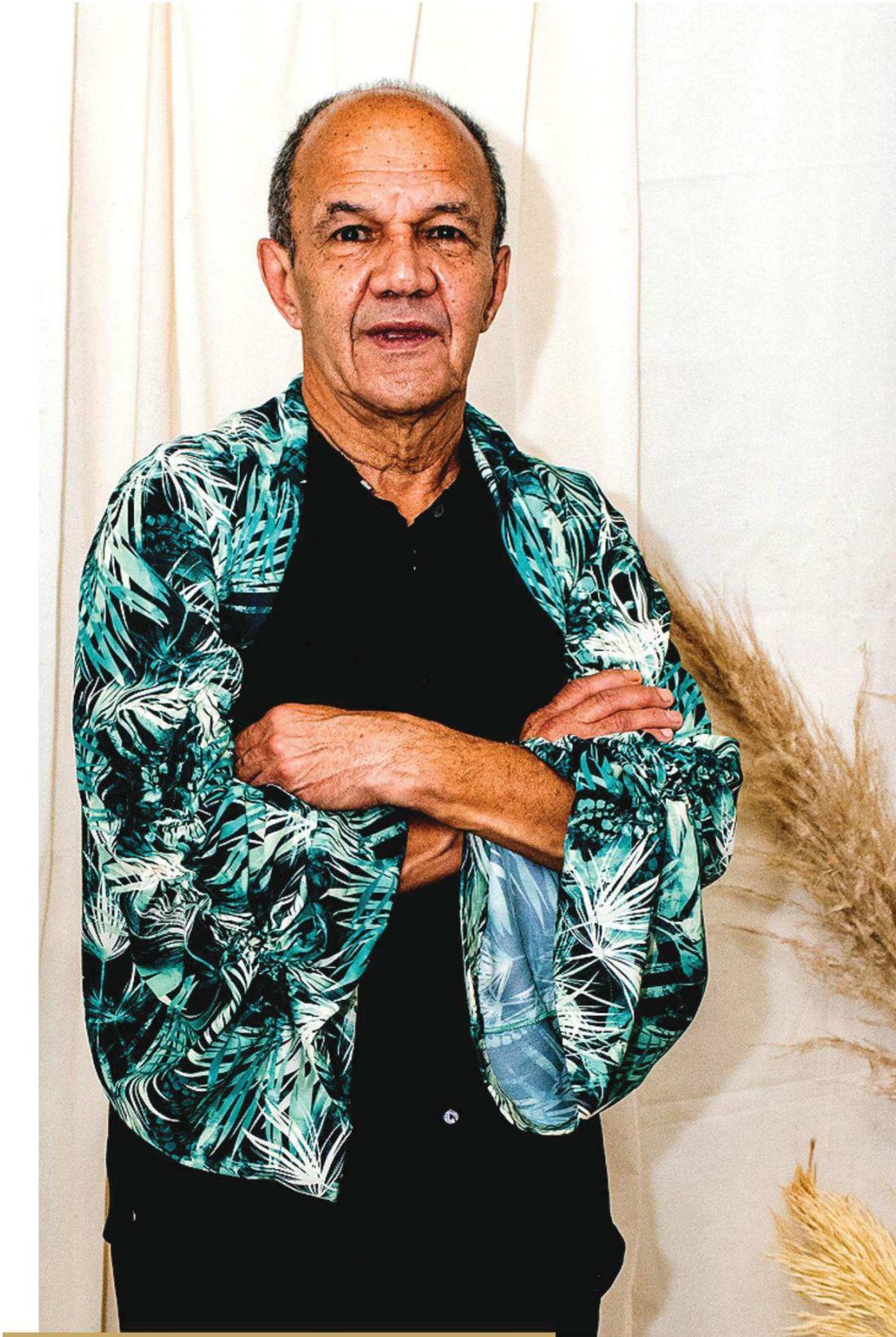


Figura 65: Reconstrução da Calça 6



RECONSTRUÇÃO DA CALÇA

Figura 66: Passo a Passo da Calça

MATERIAL:

- Calça;
- Fecho desmontável de no mínimo 40cm;
- Agulha de mão;
- Linha;
- Tesoura;
- Abridor de caseados.
- Corda.



Descosture a lateral da calça, usando o abridor de caseados, desde o cós até a altura gancho.

Representação da calça

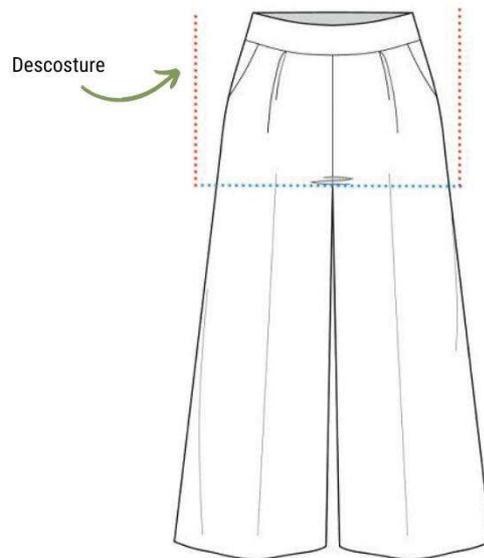


Figura 67: Passo a Passo da Calça 2



Dobre 1 cm em toda parte descosturada da lateral, em direção ao avesso da calça Repita o processo na outra perna da calça.

Meça o comprimento do zíper com a parte descosturada da lateral.

Pesponte o lado A, na lateral da frente e o lado B na lateral das costas

Figura 68: Passo a Passo da Calça 3



CALÇA CURTA FRANZIDA

Vire a peça do avesso e meça 2 cm a baixo do final do fecho.

Corte quatro pedaços de tecido com o tamanho do comprimento da perna da calça menos o tamanho do fecho, com a largura de 5 cm em cada tira.

Por exemplo, se o comprimento da perna da calça for 60 cm e o do fecho for 10 cm, você calcula $90 \text{ cm} - 10 \text{ cm} = 80 \text{ cm}$, esses 80 cm serão o tamanho do comprimento da tira.

Para cada lado da calça serão usados 2 tiras.

Figura 69: Passo a Passo da Calça 4



Como ponto de referência coloque uma tira de cada lado da costura lateral da calça, e pesponte as bordas. Para facilitar alfinete à tira de tecido na lateral da calça, desde o final dos 2 cm até a barra. Pesponte ambos os lados de cada tira.

Passa a corda, dentro das duas tiras, começando pela bainha do lado 1, percorrendo todo o comprimento da tira e passando para o lado 2 e terminando no lado 3.

Representação da lateral da perna da calça

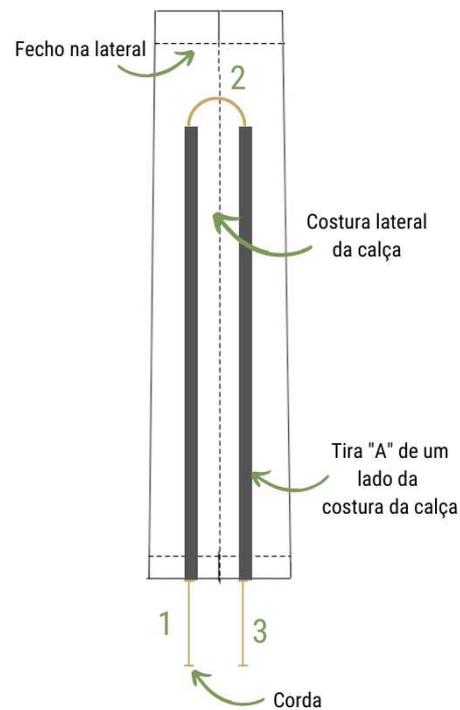


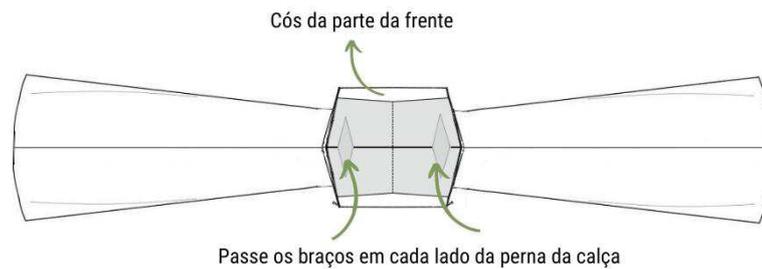
Figura 70: Passo a Passo da Calça 5



TRANSFORMANDO A CALÇA EM CASACO

Para transformar a calça em casaco, abra os fechos em ambas as laterais . Use o o cós da parte da frente como a gola do casaco e cós da parte das costas como a barra do casaco.

Passe cada braço por cada perna da calça. Dessa forma, a perna da calça irá se transformar na manga do casaco.



9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o relato de todos os processos e pesquisas descritos, o trabalho surge da necessidade de se pensar em soluções que viabilizem uma moda mais sustentável, na qual o próprio consumidor consiga aproveitar as peças existentes em seu guarda-roupa, assim reduzindo o consumo de um novo vestuário e o possível descarte que se cria.

Durante o processo de execução das transformações das peças, ocorreram diversos desafios, desde a fase inicial de pesquisa e embasamento do texto, até a parte de execução das peças. Foi imaginado um catálogo que tenha uma linguagem fácil, no qual tanto o consumidor que tenha uma mínima noção sobre costura até o que já saiba costurar consiga realizar os passos a passos e assim chegar ao objetivo final de se transformar as suas peças. Além disso, foi pensando em seu público poder realizar as interferências tanto com uma máquina de costura quanto costurando a mão. Foram escolhidos materiais de fácil acesso e aplicação, que possibilitassem as transformações nas peças.

Tendo em mente a adaptação antropométrica, este trabalho foi elaborado a partir da premissa de que o usuário transformasse as suas próprias peças de roupas, desta forma, as peças estariam de acordo com as suas medidas. Pensou-se na possibilidade de que alguns não pudessem possuir tais vestimentas, para isso foram criados ajustes nas peças que se adequassem ao comprimento e largura de cada um. Outra questão analisada foi a facilidade para vestir-se e despir-se: nota-se que, através das experimentações dos trajes, não foram encontradas dificuldades para o manuseio das peças, pois o componente de transformação foi estrategicamente posicionado nas laterais ou na frente e sempre com o terminal superior do zíper direcionado na parte da frente das vestimentas. Assim, facilitando o manuseio por parte do usuário. A escolha do componente de transformação deste trabalho foi feita através de experimentações, decidindo-se pelo fecho desmontável, pois, além proporcionar o acabamento desejado e de ser de fácil aplicação, é considerado um dos fechos mais seguros.

O trabalho atingiu o objetivo de oferecer ao consumidor um catálogo que viabilize diversas transformações realizadas dentro de uma peça de roupa. Tendo-se em mente que essas modificações no vestuário ocorrem de acordo com as necessidades e preferências que o consumidor deseja. Essa técnica, além de estimular a criatividade do usuário na combinação dos módulos, permite a manutenção de eventuais vínculos afetivos com as peças de roupas que têm, assim, seu uso prolongado.

REFERÊNCIAS

- ANDRE, M. L. Ready to Wear: **An Expert's Guide to Choosing and Using Your Wardrobe**: Berkley Publishing Group. 2004
- ANSILIERO, G. **O movimento Slow Food**: a relação entre o homem, alimento e meio ambiente. Universidade de Brasília. Brasília. 2010 < <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:832785/FULLTEXT01.pdf>> Acessado em 06. Set. 2020
- ANTONELLI, Paola. **Safe**: Design Takes on Risk. The Museum of Modern Art, 2005
- ARAÚJO, Elizabeth Maurício de. **Moda para sustentabilidade**: Vestimenta Modular Transformável como alternativa para Slow Fashion. Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao curso de Design de Produto da Universidade Federal da Paraíba, UFPB, como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Designa, Rio Tinto, 2016
- ARIMATHÉIA, José de; SOUZA, Valdete Vazzoler de. **Fotografia**: meio e linguagem dentro da moda. Discursos Fotográficos. Londrina, V.1, p.235-251, 2005. BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
- BARRETO, Taís Silveira Batista. SCHNEID, Frantieska Huszar. Moda sem gênero: representação de identidade e diversidade no vestuário Fashion. **13º Colóquio da Moda**. Bauru, SP, 2017. Disponível em : http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202017/CO/co_3/co_3_MODA_SEM_GENERO.pdf. Acesso em 20 nov. 2020.
- BOLTON, A.; **The Supermodern Wardrobe**. V&A Publicantions, 2002.
- CALDAS, D. **Universo da Moda**. São Paulo: Observatório de Sinais. E –book, 2007.
- CARVALHAL, André. **Moda com Propósito**. 7 ed. São Paulo:Paralela, 2016.
- CATALDI, C.; DICKSON, M.; GROVER, C. **Slow Fashion**: tailoring a strategic approach towards sustainability. 2010. 117 f. Dissertação (Mestrado em Liderança Estratégica para Sustentabilidade) Blekinge Institute of Technology, Karlskrona, Sweden.
- COBRA, M. **Marketing & moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo; Cobra Editora & Marketing, 2010.
- DANZIGER, Leila. **O monumento como processo e mediação**. Artigo publicado em 2003.
- ALVES, Gabriela Jobim da Silva; FANGUEIRO, Nathália Raphaelli Raul Desenvolvimento sustentável na indústria têxtil: estudo de propriedades e características de malhas produzidas com fibras biodegradáveis. . **XXII Congresso Nacional de Técnicos Têxteis – VIII Fenatêxtil 2006**

DIAS, Camila Carmona. Moda e arte: um olhar histórico-semiótico do álbum Les Choses de Paul Poiret. **Caderno Intersaberes** - v. 7 n. 12, 2018. Disponível em: <https://www.uninter.com/cadernosuninter/index.php/intersaberes/article/download/1157/915>. Acesso em: 07 nov. 2020

DIAS, Camila Carmona. **Poiret e Iribe**: reflexões entre moda e história. Artigo divulgado para Doutorado em História pela Universidade de Passo Fundo, Mestra em Educação, 2017. Disponível em: http://www.coloquiomodacom.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202017/CO/co_3/co_3_POIRET_E_IRIBE_REFLEXOES.pdf. Acesso: 07 nov.2020

DIAS, Camila Carmona; BONATTO, Jamile. História, arte, moda e sentido: uma análise de uma ilustração do álbum. **VIII Congresso Internacional de História**. XXII Semana de História. Maringá, 2017.

FLETCHER, K.; GROSE, L. **Moda & Sustentabilidade**: design para mudança. São Paulo: Editora Senac, 2011.

FLETCHER, Kate. **Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys**. London: Earth Scan. 2008

HONORÉ, Carl. **Devagar**: como um movimento mundial está desafiando o culto da velocidade. Rio de Janeiro: Record, 2006.

JORNAL TÊXTIL. Porquê Adotar o Algodão Orgânico? Disponível em <www.portugaltexil.com> Acesso em 16 nov. 2020.

KABUKCU, Evrim; ENSARÍ, Şebnem. Muhterem. Eco-concepts & ethical issues in sustainable fashion industry: bemateks-kids fashion group. *International Journal of Research In Social Sciences, Índia*, v. 6, n. 5, p. 11- 22, mar. 2016. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/299961842_eco-concepts_ethical_issues_in_sustainable_fashion_industry_bemateks-kids_fashion_group. Acesso em: 17 nov.2020

KOTLER, Philip. **Marketing 4.0**: do tradicional ao digital. Rio de Janeiro Sextante, 2017.

LEE, Matilda. **Eco Chic**. São Paulo: Editora Larousse do Brasil, 2009.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**: A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LOPES, Betina Sehn. ROSSI, Beatriz Kintshner. **Moda sustentável e consumo consciente**: desconstruindo padrões Artigo publicado na Universidade do Vale Do Taquari, como requisito para obtenção do título design de moda, Vale Do Taquari, 2019.

LUNA, Nathália de Andrade. **A fotografia de moda**: uma análise dos editoriais de moda da Vogue Paris. Monografia apresentada ao curso de graduação em comunicação da faculdade de comunicação na Universidade Federal da Bahia. Universidade Federal Da Bahia Faculdade De Comunicação 2017.

LUZ, Afonso. **Sintoma e Intuição**: entrevista com Thierry de Duve, 2007 Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/nec/n79/11.pdf>. Acesso em: 06.nov.2020

MACHADO, Ana Margarida Dias. **Vestuário transformável**: o contributo de um novo sistema modular. Dissertação (Mestrado em Design Moda) – Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa, 2011.

MORELLI, Graziela. Paradoxos da sociedade contemporânea: o movimento slow fashion. **VII Colóquio de Moda**, Maringá, 2010[Online]. Disponível em: [http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/7- Coloquio-de-Moda_2011/GT11/ComunicacaoOral/CO_89746Paradoxos_da_sociedade_contemporanea_o_movimento_slow_fashion_.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/7-Coloquio-de-Moda_2011/GT11/ComunicacaoOral/CO_89746Paradoxos_da_sociedade_contemporanea_o_movimento_slow_fashion_.pdf)> Acesso em: 17. Nov. 2020

NAIGEBORIN, Mariana Barrichello. **O Movimento devagar e seu significado plural na contemporaneidade mutante**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

NUNES, A.. **Moda, mídia e globalização**. Estudo de caso da difusão da moda na revista ELLE do Brasil e dos EUA. Rio de Janeiro, 2004.

OLIVEIRA, Larissa Marinho de. **A Estética Da Fotografia De Moda: Uma Análise Da Linguagem Fotográfica Na Revista Número France**. 2018

PEREIRA, Dilara e NOGUEIRA, Márcia. **Moda sob medida**: uma perspectiva do slow fashion. Faculdade de Tecnologia SENAI Antoine Skaf. Fortaleza, 2013. Disponível via: . Acessado em: 17.nov 2020.

PORTINARI, Denise Berruezo, COUTINHO, Fernanda Ribeiro, OLIVEIRA, Janara Morena da Silva de. **Moda gênero**: uma proposta de moda que desconstrói as fronteiras de gênero?. Revista Dobras, Vol. 11, n. 23, maio 2018.

PRADO, Luís André do. **Indústria do vestuário e moda no Brasil do século XIX a 1960**: da cópia e adaptação à autonomização subordinada. 2019

RIBEIRO, Luiz Fernando. **Live fashion show**. Matéria disponível no site da Universidade Federal de Juiz de Fora. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/noticias/2020/04/13/os-impactos-da-covid-19-no-mundo-da-moda>; Acesso em 20 out. 2020.

ROCHA, E. Cenas do Consumo: Notas, Ideias, Reflexões. **Revista Semear**, n. 06, Rio de Janeiro: PUC – Rio, 2002.

SAFATLE, Amália. Cultura do consumo o grande nó da sustentabilidade na cadeia de moda. **Revista Sustentabilidade na moda** http://www.p22on.com.br/wp-content/uploads/2017/12/P22ON_NOVEMBRO-2017.pdf

SALCEDO, Elena. **Moda ética para o futuro sustentável**. 2014.

SANTOS, Sara Fernanda dos. **Versatilidade do vestuário**: entre o fast e o slow fashion. Trabalho de conclusão para a graduação do curso em Bacharelado em Moda do Instituto de Artes de Design da Universidade Federal de Juiz de Fora, 2018.

SCHMITT, Juliana. SANCHEZ, Gabriel. Moda sem gênero: conceituação e contextualização das tendências não binárias. **12º Colóquio de Moda**. 9ª Edição Internacional 3º Congresso de Iniciação Científica em Design e Moda 2016

SILVA, Giselly Gomes da. **Editorial de Moda: prática, descrição e análise**, Juiz de Fora. Trabalho de conclusão para a graduação do curso em Bacharelado em Moda do Instituto de Artes de Design da Universidade Federal de Juiz de Fora, 2018.

SILVA, Manuela Teixeira da. **Moda e versatilidade: peças modulares como meio de otimização da vida útil do vestuário**". Artigo apresentado na disciplina de trabalho de conclusão de curso como exigência parcial para a obtenção do título de Tecnóloga em Design de Moda pela Universidade do Vale do Taquari, Lajeado 2017.

TÓDERO; Mirele; MACKE, Janaina; BIASUZ, Tamiris Sluminski O consumo consciente e sua relação com as ações de responsabilidade social empresarial. **Revista de Gestão Social e Ambiental**. RGSA, v. 5, n. 1, p. 158-175, 2011. Disponível em: <https://rgsa.emnuvens.com.br/rgsa/article/view/284>. Acesso em 06 nov. 2020

VAILAT ,Jariane. **O impacto do catálogo de moda: Um estudo de caso da marca Reverso Jeans**. Trabalho de conclusão de curso para obtenção de título de Mestre em design e comunicação de moda, na Universidade do Minho Escola de Engenharia. Portugal, 2014

VEZZOLI, C. **Design de Sistemas para a Sustentabilidade**. Bahia: EDUFBA, 2010