

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

Kelly Andries Monte Gonçalves

**Convergência entre a moda festa e o estilo casual chic:
uma coleção inspirada na Lady Di**

Juiz de Fora
2023

Kelly Andries Monte Gonçalves

Convergência entre a moda festa e o estilo casual chic:

uma coleção inspirada na Lady Di

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharela em Moda.

Orientador: Prof. Dr. Javer Wilson Volpini

Juiz de Fora

2023

Monte Gonçalves, Kelly Andries.

Convergência entre a moda festa e o estilo casual chic : uma coleção inspirada na Lady Di / Kelly Andries Monte Gonçalves. – 2023.

113 p. : il.

Orientador: Javer Wilson Volpini

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design, 2023.

1. Moda Festa. 2. Estilo Casual Chic. 3. Lady Di. 4. Moda. 5. Sustentabilidade. I. Wilson Volpini, Javer, orient. II. Título.

Kelly Andries Monte Gonçalves

Convergência entre a moda festa e o estilo casual chic:

uma coleção inspirada na Lady Di

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharela em Moda.

Aprovada em 17 de janeiro de 2023.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Javer Wilson Volpini – Orientador
Universidade Federal de Juiz de Fora

Prof. M.e Luiz Fernando Ribeiro da Silva
Universidade Federal de Juiz de Fora

Jhonathan Nogueira Martiniano
PPGACL – IAD/UFJF

Dedico este trabalho aos meus pais, família, professores e a todos que me deram inspiração e suporte em minhas realizações.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus por todas as bênçãos, inclusive esta, de concluir a graduação tão sonhada e também por sempre estar comigo em todos os momentos.

Gostaria de agradecer a meus pais Luciana e Ricardo por serem meu alicerce, pela dedicação e amor que tiveram na minha criação e ensino, pelo apoio em todas as minhas empreitadas.

Agradeço a meus familiares e amigos pelas palavras incentivadoras de sempre e a minha tia Priscila por todas as dicas e ensinamentos que me tiraram do sufoco nos momentos em que o fazer prático de moda demandava.

Meu amor e companheiro de vida Lucas, só tenho a agradecer por todo o amor, carinho, amparo e comprometimento que me proporciona sempre. Me inunda de alegria poder contar com você em todos os momentos, algo que foi fundamental na minha graduação, e com isto, tenho toda a energia do mundo em meus projetos com você ao meu lado.

Foram anos de empenho e dedicação em meio a diversos obstáculos que foram superados para concluir o curso que me abriu as portas para o mundo da moda e seus desdobramentos.

Apreendi muito durante essa jornada e não poderia de deixar de agradecer imensamente aos professores excepcionais e zelosos que tive, sem eles não seria a profissional que me tornei e busco aperfeiçoar a cada dia, todos estão contemplados de certa forma neste trabalho, pois cada etapa me lembrava de um. Agradeço especialmente ao orientador deste projeto, o professor Javer Wilson Volpini por todo o suporte indispensável e tempo investido para a conclusão deste trabalho.

Agradeço a tudo o que ainda está por acontecer na minha vida graças e essa formação e pela carreira maravilhosa que estou iniciando.

“Sou contra a moda que é passageira. Não consigo imaginar que se jogue roupa fora só porque é primavera”. (Coco Chanel)

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo apresentar a criação de uma coleção e o desenvolvimento de peças protótipos, inspiradas na princesa de Gales Diana Spencer, que ficou conhecida como Lady Di, e se tornou um ícone para a moda. O desenvolvimento da obra se faz por etapas, ao qual primeiramente versa a contextualização teórica do trabalho, onde o diferencial proposto se faz na convergência da moda festa com o estilo casual chic em prol da sustentabilidade. A preocupação e o propósito deste trabalho é relacionar a viabilidade na reutilização das peças nas diversas ocasiões, de forma que sua usabilidade seja mais versátil e extensa para as consumidoras, visando assim, diminuir o impacto do movimento de consumo atual, contemplando o *slow fashion* na produção. Será abordado também o estudo de marcas concorrentes, a influência de Lady Di na moda e, por fim, se coloca em prática o desenvolvimento da coleção e a apresentação dos protótipos que materializam o processo criativo, manual e mais sustentável, assim como a qualidade e a exclusividade. Questões como a melhor matéria-prima para a produção serão deixadas como futuros desdobramentos.

Palavras-chave: Moda Festa. Estilo Casual Chic. Lady Di. Sustentabilidade. Slow fashion.

ABSTRACT

The present work aims to present the creation of a collection and the development of prototype pieces, inspired by Princess of Wales Diana Spencer, who became known as Lady Di, and became an icon for fashion. The development of the work is done in stages, which first deals with the theoretical contextualization of the work, where the proposed differential is made in the convergence of party fashion with casual chic style in favor of sustainability. The concern and purpose of this work is to relate the feasibility of reusing the pieces on different occasions, so that their usability is more versatile and extensive for consumers, thus aiming to reduce the impact of the current consumption movement, contemplating the slow fashion in production. It will also address the study of competing brands, the influence of Lady Di in fashion and, finally, the development of the collection and presentation of the prototypes that materialize the creative process, manual and more sustainable, as well as the quality and exclusivity. Questions such as the best raw material for production will be left as future developments.

Keywords: Party Fashion. Casual Chic Style. Lady Di. Sustainability. Slow fashion.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Luís XIV – subiu ao trono em 1643.....	16
Figura 2	Do filme Maria Antonieta, de 2006.....	17
Figura 3	Charles Frederick Worth e suas criações.....	18
Figura 4	A Chegada da Família Real Portuguesa à Bahia.....	19
Figura 5	Exemplo da moda feminina importada para o Brasil entre 1850 -1870.....	20
Figura 6	Feira Nacional da Indústria Têxtil – FENIT.....	21
Figura 7	Estilista Pierre Cardin.....	22
Figura 8	Cena do documentário <i>True Cost</i>	23
Figura 9	<i>Slow Fashion</i>	24
Figura 10	Algumas produções do Met Gala 2022.....	25
Figura 11	Desfiles da Paris <i>Fashion Week</i> 2020.....	26
Figura 12	Representação da vestimenta feminina na <i>Belle Époque</i>	28
Figura 13	A Amazona.....	29
Figura 14	Calças <i>Bloomers</i>	29
Figura 15	<i>Look Tailleur Bar</i> , símbolo do New Look Dior em 1947.....	30
Figura 16	Coco Chanel com o vestido preto e pérolas e ao lado o <i>tailleur</i> Chanel popularizado por ela na década de 1920.....	31
Figura 17	Estilo Casual Chic atual.....	32
Figura 18	Ciclo de Vida do Produto.....	33
Figura 19	Prancha representativa da persona relativa ao público-alvo.....	38
Figura 20	Peças da coleção Prêt-à-Porter e produções da linha <i>Couture</i> ..	40
Figura 21	Peças da PatBo linha festa e casual chic.....	42
Figura 22	Coleção <i>The New Chic</i> da Iorane 2022.....	43
Figura 23	Coleção NXT LVL 2022.....	43
Figura 24	Peças da Minimiz, linha festa e casual.....	45
Figura 25	Prancha de identidade visual.....	47
Figura 26	Prancha de apresentação da marca.....	48
Figura 27	Prancha de público-alvo.....	49
Figura 28	Prancha de papelaria.....	50
Figura 29	Diana, Princesa de Gales.....	52
Figura 30	Diana e Charles em seu Casamento.....	53

Figura 31	Vestido de Vingança.....	55
Figura 32	Diana reutilizando peças em diferentes ocasiões.....	56
Figura 33	Prancha de tema.....	57
Figura 34	Prancha de Tendências.....	58
Figura 35	Prancha de Cartela de Cores.....	59
Figura 36	Prancha de Tecidos.....	60
Figura 37	Prancha de Aviamentos.....	61
Figura 38	Design de Superfície Têxtil.....	62
Figura 39	Mix de Produtos.....	65
Figura 40	Croqui 1 - Vestido curto e saia longa.....	66
Figura 41	Croqui 2 - Blazer, calça e blusa com alça de amarrar.....	67
Figura 42	Croqui 3 - Blusa e saia.....	68
Figura 43	Croqui 4 - Blusa e <i>short</i>	69
Figura 44	Croqui 5 - Blusa e saia de bico.....	70
Figura 45	Croqui 6 - Blusa e calça.....	71
Figura 46	Croqui 7 - Blazer curto, <i>short</i> e <i>cropped</i>	72
Figura 47	Croqui 8 - Blusa, calça e saia longa.....	73
Figura 48	Croqui 9 - Blazer, calça e <i>cropped</i>	74
Figura 49	Croqui 10 - Blazer curto, bermuda e <i>cropped</i>	75
Figura 50	Croqui 11 - Blusa e saia.....	76
Figura 51	Croqui 12 - Blazer e vestido.....	77
Figura 52	Croqui 13 - Vestido curto e saia longa.....	78
Figura 53	Croqui 14 - Blazer, calça e <i>cropped</i>	79
Figura 54	Croqui 15 – Vestido.....	80
Figura 55	Exemplos de Looks Possíveis.....	81
Figura 56	Peças escolhidas para a produção.....	82
Figura 57	Ficha Técnica Blazer.....	83
Figura 58	Ficha Técnica Blazer Composição.....	84
Figura 59	Ficha Técnica Calça Nervuras.....	85
Figura 60	Ficha Técnica Calça Composição.....	86
Figura 61	Ficha Técnica Blusa Princesa.....	87
Figura 62	Ficha Técnica Blusa Princesa Composição.....	88
Figura 63	Ficha Técnica Saia Imperial.....	89

Figura 64	Ficha Técnica Saia Imperial Composição.....	90
Figura 65	Ficha Técnica <i>Cropped</i> Realeza.....	91
Figura 66	Ficha Técnica <i>Cropped</i> Realeza Composição.....	92
Figura 67	Modelagem e corte.....	94
Figura 68	Prototipagem no TNT.....	95
Figura 69	Produção das peças.....	96
Figura 70	Editorial, possibilidade de Look 1.....	97
Figura 71	Editorial, possibilidade de Look 2.....	98
Figura 72	Editorial, possibilidade de Look 3.....	99
Figura 73	Editorial, possibilidade de Look 3.....	100
Figura 74	Editorial, possibilidade de Look 4.....	101
Figura 76	Editorial, possibilidade de Look 5.....	103
Figura 76	Editorial, possibilidade de Look 6.....	103
Figura 77	Editorial, possibilidade de Look 7.....	104
Figura 78	Editorial, possibilidade de Look 7.....	105
Figura 79	Editorial, possibilidade de Look 8.....	106
Figura 80	Editorial, possibilidade de Look 9.....	107

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	A MODA FESTA E O ESTILO CASUAL CHIC	15
2.1	MOVIMENTOS DA MODA E A MODA FESTA	15
2.2	O ESTILO CASUAL CHIC	27
2.3	CONVERGÊNCIAS EM PROL DA SUSTENTABILIDADE	32
3	A CONSUMIDORA DE MODA FESTA E CASUAL CHIC	37
3.1	MERCADO – MARCAS REFERÊNCIA	39
3.1.1	ISABELLA NARCHI	39
3.1.2	PATRÍCIA BONALDI	40
3.1.3	IORANE – NXT LVL	42
3.1.4	MINIMIZ	43
4	DESENVOLVIMENTO DA MARCA	46
5	DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO	51
5.1	TEMA	51
5.2	TENDÊNCIAS	58
5.3	CARTELA DE CORES	59
5.4	MATÉRIA PRIMA	60
5.5	SUPERFÍCIE TÊXTIL	62
6	COLEÇÃO	63
6.1	MIX DE PRODUTOS	65
6.2	CROQUIS	66
6.3	FICHA TÉCNICA	82
6.4	PROTOTIPAGEM	93
6.5	EDITORIAL	97
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	108
	REFERÊNCIAS	110

1 INTRODUÇÃO

O mercado de moda tem passado por ressignificações necessárias para que exista um futuro de qualidade nas próximas gerações. Cada vez mais se fala em sustentabilidade e em criar formas de produção na moda que poluam menos o meio ambiente, visto que o mercado do vestuário é um dos que mais polui e gera resíduos. Incluindo a produção e a pós-produção das peças, são mais de 98 milhões de toneladas de recursos não renováveis utilizados por ano na indústria de moda. (FASHION REVOLUTION, 2021, p.5).

Segundo a Associação Brasileira de Eventos Sociais - ABRAFESTA a área de festas é de grande demanda nacional, sendo a região sudeste a que mais detém empresas (2.632 em 2015) que prestam o serviço de confecção de peças de festa. A região também é a responsável por aproximadamente metade dos gastos com festas e cerimônias no país, aproximadamente R\$8,8 bilhões a estimativa em 2017. (ABRAFESTA, 2017).

Diante destes dados, observou-se que o setor de moda festa, embora seja um grande mercado é o que menos trabalha essas problemáticas sustentáveis. De tal forma, que as questões apontadas anteriormente, por muito tempo ficaram em segundo plano, não sendo amplamente difundidas em discussões e tratativas, o que se torna um problema em longo prazo.

Com base nesta consideração, o objetivo deste trabalho é criar uma coleção que tem como proposta convergir o segmento de moda festa e o estilo casual chic, buscando contemplar um viés sustentável no tocante a se obter o ciclo de consumo desses produtos mais estendido.

A justificativa para a escolha da temática se deu ao observar o movimento social desse nicho que, ao priorizar o belo e o luxo, desprezou por muito tempo o reutilizar das peças, se tornando um sistema incompatível com o desenvolvimento sustentável demandado na atual sociedade, que se preocupa com as próximas gerações e o bem-estar social. A proposta deste trabalho visa, portanto, atender a um público que pretende mudar sua forma de consumo para alcançar um sistema de moda mais próximo do ecologicamente correto.

A orientação metodológica para esta pesquisa instituiu-se com fundamentação teórica nos temas relacionados à moda festa, ao estilo casual chic e à sustentabilidade, adentrando nas questões de composição da coleção, apresentando

a princesa britânica Lady Di como tema de inspiração para o processo criativo. A partir do desenvolvimento teórico, o trabalho se propõe a apresentar a pesquisa, o desenvolvimento de uma coleção e a prototipagem de algumas peças, corroborando com a metodologia de desenvolvimento de produtos na área da moda.

Aliando os dois mercados de consumo, moda festa e o estilo casual chic, faz-se necessária a criação de produtos mais versáteis, com peças do tipo modular, o que possibilita uma maior variedade de composições. A intenção é criar pensando em captar o olhar do consumidor para o valor emocional e simbólico do produto. São peças com valor agregado, que valorizam a produção manual e nacional.

A coleção tem o intuito de oferecer peças duráveis, que se distanciam da efemeridade e deficiências do mercado industrial como acontece no *fast fashion*, de produção acelerada, e busca ser atemporal com toques de modernidade, aspirando assim, diminuir a procura do consumidor por renovação constante de peças do vestuário nas diversas ocasiões.

2 A MODA FESTA E O ESTILO CASUAL CHIC

Para que o sistema social de moda ocorra, se faz necessária a apreciação da moda como objeto de desejo e que estes sejam adeptos a esse sistema de consumo. De tal forma, para que exista a criação de tendências, se faz necessário existir influenciadores de um lado, sejam marcas, veículos de informação de moda, famosos, entre outros; e seguidores do outro.

É fundamental que exista nessa comunicação, uma aceitação do que se é colocado em pauta. A influência das vestimentas na sociedade se faz por meio da apropriação de símbolos. Segundo Diana Crane (2006) aborda em *A moda e seu papel social*, as mudanças nos discursos e nas criações de moda acontecem de acordo com as modificações nas relações sociais e seus desdobramentos nos diversos grupos sociais, que se apresentam em acordo com suas particularidades no espaço público.

Como o propósito do presente trabalho é a convergência entre o segmento moda festa e o estilo casual chic é importante que haja um aprofundamento teórico dos mesmos, para que se compreenda como esses desdobramentos sociais transformaram o mercado de moda no que é hoje, e por fim, que se entenda a demanda que o projeto visa a tender e como este se realizará.

2.1 MOVIMENTOS DA MODA E A MODA FESTA

Faz-se notório saber que o consumo se dá por necessidades básicas da vida desde o princípio da história social humana. Entretanto, com o passar do tempo, o consumo também passou a ser uma ferramenta identitária na sociedade, onde é possível situar o consumo de moda. A moda de vestuário está presente há muito tempo na sociedade, afirma-se que teve suas origens no fim do período medieval, início do Renascimento, possivelmente advinda da expansão do capitalismo mercantil. (SVENDSEN, 2010).

Entretanto, a moda é relativamente nova em relação à divisão de nichos e em como se é compreendida e empreendida atualmente. Na história alguns acontecimentos foram imperativos na obtenção do sistema existente. Houve um fetichismo sobre a moda europeia no século XIX, resultante de mudanças

mercadológicas e tecnológicas, associadas também à busca de *status* social, o que moldou as formas de consumo de moda refletindo na atualidade. (NEEDELL, 1987). É diante deste modelo europeu que o segmento moda festa emerge como um nicho de pertencimento da alta sociedade que contava com as criações luxuosas para as diversas festividades como será abordado a seguir.

Antes disso, os estilos de vestuário permaneceram praticamente inalterados na Antiguidade e em parte da Idade Média. É na Renascença, com as descobertas culturais que a moda se acelera e a modificação se intensifica. (FRINGS, 2012, p.4).

Foi na virada do século XVIII que Paris ganhou os holofotes e se tornou a capital da moda europeia com o rei da França Luís XIV também chamado de “Rei Sol” (figura 1), iniciando o projeto e, posteriormente, Luís XVI e Maria Antonieta (figura 2) apelidada como a “Rainha da Moda” por Caroline Weber (2008), dando continuidade à supremacia francesa na moda.

Figura 1 – Luís XIV – subiu ao trono em 1643



Fonte: Stylo Urbano (2015).

Estas figuras ficavam a frente da corte e todos ditando a moda para a sociedade do que era de mais luxuoso e belo, atraindo o desejo de todos ao redor. Festas suntuosas faziam parte da rotina real e as roupas ofereciam *status* e diferenciação. Weber aborda esse cotidiano em seu livro, como o disposto a seguir:

[...]Maria Antonieta fez de Paris – uma das maiores cidades da Europa e um incontestável centro de moda – a sua meta. (...) A residência urbana dos Orléans se parecia com Versalhes, contudo, num aspecto significativo: era aberta ao público. Qualquer pessoa estava livre para perambular pelos jardins do abrangente conjunto, que continha entre seus muros cafés, lojas, antros de jogo, livrarias, gráficas e prostitutas exercendo seu ofício. E, o que era talvez o mais importante para Maria Antonieta, o complexo abrigava a superelegante Ópera de Paris, onde a aristocracia e a alta burguesia se reuniam para verem e serem vistas, a pretexto de espetáculos ou bailes de máscaras. Para atrair a atenção dessas multidões abastadas, fornecedores de artigos de luxo, abriram butiques elegantes em volta de todo o complexo, especialmente na rue Saint-Honoré, que então, como hoje, era o epicentro da moda europeia. (WEBER, 2008, p.110).

Figura 2 – Do filme Maria Antonieta, de 2006



Fonte: Medium (2018).

Mesmo em meio a crises sociais o luxo era código de primeira necessidade na corte e as roupas eram confeccionadas sob medida. Segundo Gini Stephens (2012) eram produzidas à mão em todos os seus detalhes, meticulosamente executados por costureiras e alfaiates. A identidade das costureiras era mantida em sigilo pelos mais ricos, a fim de garantir a exclusividade. Rose Bertin, costureira de Maria Antonieta, criou roupas para a rainha que chamaram a atenção e mudaram a moda em toda a Europa. Bertin teve sua identidade revelada apenas porque a transformaram em ministra da moda oficial da corte. O restante da sociedade herdava peças de família, faziam as próprias roupas ou compravam roupas de segunda mão.

Após a corte real transformar a França no berço da moda europeia, a alta costura ganha destaque e será Charles Frederick Worth (figura 3), no século XIX, que ressignifica a moda da alta sociedade. Idealizador da *Haute Couture* (que se refere à criação em escala artesanal de modelos exclusivos feitos sob medida, exclusivos para eventos de gala ou black-tie, casamentos e eventos formais de alta categoria), ele é considerado o “rei da moda” e o primeiro *designer* independente.

Worth abriu sua *Maison* (casa de moda) em Paris, em 1857, e passou a ditar a moda, sendo artista e autor de suas produções. Também moldou os parâmetros de produtor de moda com peças de luxo, sob medida, onde escolhia os tecidos, desenvolvia os modelos e produzia as roupas. A ascensão de Worth muda a forma que a moda é vista e também na parte da produção de moda, onde as *maisons* tornam-se mais usuais, após isso um sistema organizacional é criado. (SVENDSEN, 2010).

Figura 3 – Charles Frederick Worth e suas criações



Fonte: Full of Taste (2022).

O fetichismo da moda europeia chegou às Américas coloniais e, no Brasil, essa veneração ocorreu com a europeização dos costumes após a chegada da corte portuguesa (figura 4), em 1808, tanto nas normas sociais, quanto nas vestimentas. O

costume de festas em salões como era na Europa se fez presente também no Brasil com todo o luxo concebível, e com ele o mercado de moda festa foi sendo adotado aos costumes da alta sociedade brasileira. (RAINHO,1995).

Figura 4 – A Chegada da Família Real Portuguesa à Bahia



Fonte: Enciclopedia Itau Cultural (2022).
Nota: Pintura de Candido Portinari (1952).

Entretanto, praticamente não existia indústria de moda ou têxtil na Colônia. Grande parte dos materiais era importada de outros países mais desenvolvidos industrialmente. As costureiras copiavam as tendências de moda francesas das revistas vindas de fora, conforme ilustra a imagem 5.

Bonadio (2017) aponta que a moda no Brasil, em meados do século XX, ainda se dava em seguir a moda parisiense, principalmente pelo fato de as principais revistas como no caso *O Cruzeiro*, que era a mais lida do país, por apresentar novidades de moda de forma mais atraente a quem lia, com fotos, ilustrações e contava com um colunista internacional. As revistas difundiam os conteúdos de moda em maior parte da moda francesa o que fazia essa permanência da mesma como referência ser continuada.

As lojas de luxo femininas, situadas majoritariamente na famosa Rua do Ouvidor, o logradouro da moda brasileira, compravam em Paris as novidades e vendiam no Brasil. Também faziam cópias com outros tecidos e mudanças de

pequenos detalhes para vender com a etiqueta das próprias casas. O *status* dos costureiros mudou quando passaram a ser celebridades, por vestirem mulheres da alta sociedade. (BONADIO, 2017).

Figura 5 – Exemplo da moda feminina importada para o Brasil entre 1850-70



Fonte: Rainhas Tragicas (2015).

A alta costura passa a ser objeto de desejo e de ascensão social. Com o decorrer dos anos e o maior desenvolvimento no país, indústrias têxteis e a produção de vários nichos passam a ser no Brasil principalmente. Com o passar do tempo, o marketing aparece pelas indústrias a exemplo da figura 6 a indústria têxtil Rhodia na Feira Nacional da indústria têxtil (Fenit) em 1960. São utilizados vários meios de anúncios, que almejam seduzir o público para o consumo dos têxteis e vestíveis nacionais. (PRADO, 2019).

Figura 6 – Feira Nacional da Indústria Têxtil – FENIT



Fonte: Cuttings Blog (2010).

Como fim da segunda guerra mundial, os Estados Unidos da América (EUA) receberam muitos estilistas que acabaram ficando no país, e estes queriam buscar uma moda autônoma em relação à europeia vigente. E com o mercado de cinema e de moda aquecidos, as grandes lojas americanas começaram a vender roupas em escala maior e deram o nome do estilo de *ready-to-go* (pronto para levar).

Já na Europa, devastada pela guerra, o movimento das *maisons* decaiu simultaneamente à economia. Inspirado nos americanos, Pierre Cardin, em 1959, teve a ideia pioneira de criar uma coleção para a loja de departamentos *Printemps*, onde a clientela poderia escolher as peças de seu tamanho e levar para casa. O estilista J. C. Weil deu o nome ao movimento de *prêt-à-porter* (pronto para vestir), que acabou democratizando a moda europeia e incentivou a produção em grande escala na moda, atendendo à classe média que buscava peças belas, de estilistas renomados, mas não tinha acesso ao sob medida da alta costura.

No Brasil a moda manteve-se por muito tempo com as modistas, que copiavam os modelos das revistas e atendiam por encomenda, e só na década de 1970, com o trabalho da estilista Zuzu Angel que o pronto para usar foi sendo difundido. (ETIQUETA ÚNICA, [2018?] a).

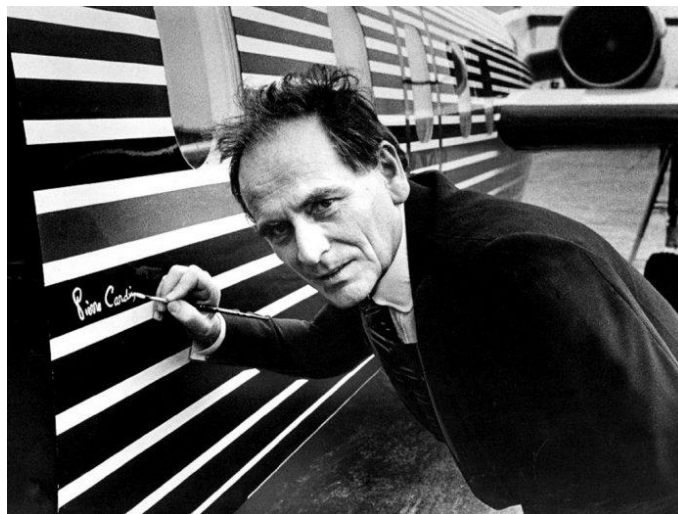
Este período no país foi o momento em que a geração buscava ser cada vez mais independente e uma variedade de estilos foi surgindo em meio a uma moda mais eclética, devido às novas formas de pensar. A vontade de se destacar como indivíduo foi surgindo na população, como exemplo os estilos *glam rock*, o *disoteca* e o *punk*.

Entretanto, enquanto os demais estilistas do momento só pensavam em reproduzir o que era moda na Europa, Zuzu fazia questão de investir na brasilidade e utilizava das riquezas nacionais em suas criações. Ela utilizava do folclore como inspiração para suas coleções, de materiais como chita, fuxicos, babados, utilizava pedras mineiras, conchas, contas de jacarandá e o tão abundante bambu. Abusava de estampas tropicais, caipiras, entre outras de outros lugares do Brasil, se diferenciando do que era feito e utilizado nas criações naquele período por outros estilistas. Com isso, ela alcançou olhares internacionais e lançou o desfile da coleção *Maria Bonita* em Nova York, em 1969, a convite da *Bergdorf Goodman*. (MONTEIRO, 2021).

Galvão (2015) descreve que os anos 1980 sinalizam o fim da era industrial e o início da era de informação. E no Brasil, em 1987, a Faculdade Santa Marcelina em São Paulo trouxe a primeira escola de moda do país, e a rede Globo de televisão era a grande influenciadora de moda com suas novelas.

A partir dessa década, o consumo de moda foi se intensificando com ostentação, luxo e nos anos 1990 a diversidade de estilos foi intensa e transformou a moda no que é hoje, cheia de estilos e segmentos. (ETIQUETA ÚNICA, [2018?] b).

Figura 7 – Estilista Pierre Cardin



Fonte: Etiqueta Única (2018).

O mercado de moda foi crescendo mundialmente e se tornou uma ferramenta do capitalismo que movimenta mercados e abrange diversos segmentos. Assim, por volta de 1970 surgiu o *fast fashion* (moda rápida em tradução), que teve seu auge e termo criado a partir dos anos 1990.

Segundo Sara Santos (2018), a moda rápida surgiu como um modelo de produção global que foi difundido causando polêmicas, pois abrange um modelo de consumo e de produção acelerados, com suas coleções semanais de baixo custo e menor qualidade, o que o difere do *prêt-à-porter*, que produz coleções mais elaboradas e peças de maior qualidade. A partir disto, o modelo de *fast fashion* acaba sendo predatório e causa impactos negativos para o mercado de moda como um todo e para o meio ambiente.

O documentário *The True Cost* (2015) aborda justamente as formas de produção inapropriadas, que desrespeitam as leis trabalhistas e a saúde dos colaboradores em países subdesenvolvidos, como as confecções da Ásia por exemplo, que podemos observar na imagem 8.

Além disto, as marcas estrangeiras acabaram dominando o mercado global e diminuíram o poder de empresas nacionais que possuem sua produção local, sendo uma questão problemática em diversos aspectos.

Figura 8 – Cena do documentário *True Cost*



Fonte: Textil Industry (2017).

Contrário ao *fast fashion* temos o *slow fashion*, um movimento que surge em meados de 1980, e que oferece uma alternativa aos processos de moda menos sustentáveis, promovendo a cultura, a criação e a inovação em produções de menor escala, de forma mais lenta, com técnicas tradicionais de confecção e de produção regional. É um modelo de mercado que respeita a natureza no processo de execução e atrai o olhar, tanto de produtores, quanto dos consumidores para as questões ambientais conforme ilustra a imagem 9. (SANTOS, 2018 p.19).

Figura 9 – *Slow Fashion*



Fonte: Dicas de Mulher (2022).

O setor de moda movimentava mercados e abrangia diversos segmentos e a Moda Festa se mantém ainda hoje, sendo sinônimo de luxo e sofisticação, aos quais as festas são um momento onde a sociedade se reúne e se regozija com produções super trabalhadas em qualquer lugar do mundo, sendo o palco criativo de estilistas em eventos como o *Met Gala* que marca a abertura da exposição anual de moda do *Costume Institute* (figura 10), evento de gala anual do *Metropolitan Museum of Art*, em Nova Iorque.

Figura 10 – Algumas produções do Met Gala 2022



Fonte: Vogue Brasil (2022).

As grandes marcas de alta costura ainda hoje preservam seus eventos sazonais, e apresentam duas coleções anuais nas semanas de moda nas capitais da moda mundial, como a *Paris Fashion Week*, *Milão Fashion Week* e *New York Fashion Week*, onde sempre deixam sua criatividade fluir e ditam as tendências para o mundo neste e nos diversos nichos do mercado de moda conforme podemos observar na figura 11.

A moda festa também abrange o mercado de pronta entrega, para envolver as diversas classes, porém, com produções por vezes mais simples e inspiradas nas tendências que as grifes da alta moda lançam.

Figura 11 – Desfiles da Paris *Fashion Week* 2020



Fonte: Prancha da autora, imagens disponíveis em: <https://www.daninoce.com.br/moda/metalizados-e-acessorios-divertidos-o-que-marcou-o-1o-dia-oficial-da-paris-fashion-week-2020/> Acesso em: 16 maio 2022.

O processo de produção das peças de moda festa, principalmente das marcas de luxo que prezam pela exclusividade, baseia-se no fazer à mão, no artesanato, aos quais diversos processos são envolvidos, como a escolha do tipo de modelagem, quais tecidos e aviamentos, os tipos de bordados que podem ser em linha, pedrarias, e diversas outras técnicas. É um processo de produção que demanda tempo e dedicação da equipe e que preza pela excelência do produto e o caimento perfeito nas clientes.

Os ateliês de moda sob medida são os mais procurados para quem busca peças exclusivas e de qualidade em sua produção. No estado de Minas Gerais tem-se essa cultura de mandar fazer peças para eventos. E A região de Juiz de Fora e Campos das Vertentes, onde estamos inseridos, possui muitas marcas autorais dessas casas de moda festa, refletindo um grande mercado do segmento.

Usualmente atendem eventos especiais e de muito refinamento, como casamentos, formaturas, debutantes, e o atendimento é todo personalizado, ao qual o ato de comprar é uma experiência de moda sinestésica e singular. Os materiais da produção são escolhidos cuidadosamente e provas de modelagem são necessárias,

a fim de conferir se a peça está ficando perfeitamente alinhada ao corpo da cliente. O estilo da marca e do cliente fazem toda a diferença no resultado final e o casual chic conversa muito bem com a moda festa, pois ambos trazem consigo a sofisticação. Como a convergência é a intenção do presente trabalho, ele será o estilo trabalhado a seguir.

2.2 O ESTILO CASUAL CHIC

O surgimento do estilo casual chic se dá em uma das vertentes da moda e abrange outros desdobramentos históricos além dos já citados na seção anterior. Foi no princípio do século XX que houve a convergência da moda com o esporte, dando início ao surgimento do conceito de casual chic que irá se desdobrando, aos poucos, para o guarda roupa feminino.

As mulheres foram deixando de ser apenas donas do lar e adorno para mostrar as riquezas dos maridos e o período da *Belle Époque*¹ foi o último em que o espartilho foi usado tão uniformemente na sociedade, pois no século XX foi discutida por médicos a questão do perigo à saúde feminina, uma vez que eram tão apertados a fim de delimitar uma silhueta o mais fina possível que deixava de ser natural e deformava a figura corporal conforme ilustra a imagem 12. (LEHNERT, 2001).

¹Bela Época - foi um período de cultura cosmopolita na história da Europa, que começou no fim do século XIX, com o final da Guerra Franco-Prussiana, em 1871, e durou até a eclosão da Primeira Guerra Mundial, em 1914. A expressão também designa o clima intelectual e artístico do período em questão.

Figura 12 – Representação da vestimenta feminina na *Belle Époque*



Fonte: Demode (2016).

Entretanto as mulheres já praticavam certos “esportes”, segundo Pezzolo (2013), peças icônicas para tais eventos foram marco na história, como a Amazona, o traje de caçadora para cavalgar (figura 13).

Mas foi somente com o crescimento das atividades de lazer e a popularização dos esportes que trouxe a necessidade de roupas funcionais para as atividades pelas mulheres. Em 1851 Amelia Jenks Bloomer já havia tentado introduzir as calças compridas para as mulheres, porém só foram aceitas pelo mercado em 1890, quando surgiu a febre pelo ciclismo. Assim, as calças *Bloomers* ou calças turcas (figura 14), surgiram em 1894 para que as mulheres praticassem o ciclismo.

As mudanças provocadas pela primeira e segunda guerra mundial, pela indústria e pelos diversos processos sociais e transformações culturais (novas formas de pensar e viver), modificaram aos poucos o sistema de vestimenta feminino, onde os trajes de uso diurno da mulher tornaram-se cada vez mais simplificados, mantendo o *glamour* para os eventos noturnos, porém sem perder a feminilidade, a fim de viabilizar a sua participação nos esportes e, posteriormente, no mercado de trabalho. (FRINGS, 2012, p.14-15).

Figura 13 – A Amazona



Fonte: José Rosário Art Blog (2015).
Nota: Pintura de Ettore Tito (1906).

Figura 14 – Calças *Bloomers*

Fonte: Moda Old Look (2016).

Como exemplo, Christian Dior em 1947 traz o estilo *New Look* (figura 15), que revolucionou a moda no período pós-guerra e consagrou Dior como um dos estilistas mais importantes da história. Ele simplifica os trajes, mas ainda de forma que realça a silhueta feminina.

A mulher que representava o estilo tinha a cintura bem demarcada com o auxílio de cintas e espartilhos. As saias amplas e rodadas, com o comprimento 40 centímetros acima do chão usualmente (BLACKMAN, 2012. p.174).

Figura 15 - *Look Tailleur Bar*, símbolo do *New Look* Dior em 1947



Fonte: Vogue Francesa (2020).

A estilista Coco Chanel foi a pioneira na tendência do que seria o estilo casual e criou o que representou o aspecto mais funcionalista das roupas, mesclando o masculino ao feminino pela primeira vez, devido aos desdobramentos e escassez de materiais causados pela guerra.

Chanel transforma o estilo minimalista em símbolo de elegância construindo, assim, a estética da “mulher Chanel” como se pode observar na figura 16. Destacou-se na moda por sua originalidade e criou uma estética livre do uso de espartilhos. Ela transformou o estilo minimalista em sinônimo de elegância e sofisticação, antes disso

a simplicidade era sinônimo de falta de recursos financeiros e parte somente das classes mais baixas. (TRÁPAGA, 2020, p.28).

Figura 16 – Coco Chanel com o vestido preto e pérolas e ao lado o *tailleur* Chanel popularizado por ela na década de 1920



Fonte: As Escolhidas Blog (2015).

Após Chanel, o estilista Emilio Pucci criou roupas de esqui com toda a sofisticação possível. Após cem anos, o estilo casual chic evoluiu para o que é atualmente, e se tornou uma espécie de estilo de vida com diversas marcas ligadas ao nicho mais voltado ao cotidiano e com uma aura de sofisticação ligadas à cultura pop e aos esportes como polo e golfe (FARFETCH, 2017).

Trata-se de um estilo muito valorizado e procurado como ferramenta visual, principalmente para mulheres no mercado de trabalho, que buscam por praticidade e elegância no dia a dia. O estilo consiste em mesclar peças informais, básicas com as clássicas, mais presentes na alfaiataria, além da presença de acessórios que

complementam o visual com estilo como pode ser observado a seguir na imagem 17. Na sequência a abordagem da convergência da moda festa com o estilo casual chic será abordada.

Figura 17 – Estilo Casual Chic atual



Fonte: Da autora, 2022.

Nota: Imagens retiradas da internet.

2.3 CONVERGÊNCIAS EM PROL DA SUSTENTABILIDADE

Após diversos desdobramentos sociais “[...] com a globalização, na virada dos anos 1970 para os 1980, o mundo da moda foi se tornando cada vez mais complexo e sua importância social aumentou consideravelmente” (CRANE, 2006, p. 11). De forma que indagações acerca dos processos produtivos e de comercialização vão de encontro a questões ambientais como disposto:

[...] ponto de partida para as reflexões sobre o sistema da moda diante dos princípios estabelecidos para um desenvolvimento sustentável: economicamente viável, socialmente justo e ecologicamente correto. Conceber novos produtos para o vestuário, de acordo com estes princípios, é um grande desafio para a moda. Os ciclos curtos de vida destes produtos e o apelo ao consumismo representam um entrave ao desenvolvimento sustentável. O consumidor, a indústria, o criador de novos produtos, todos têm papéis determinantes na consolidação deste paradigma. Os impactos ambientais devem ser considerados em todas as etapas nos projetos de novos produtos, da origem da matéria-prima até o descarte pelo consumidor. (SCHULTE; LOPES, 2008, p.32).

Partindo desta reflexão, é primordial que os criadores e produtores de moda preocupem-se com as questões ambientais e é sua responsabilidade lidar com a produção e com o ciclo de vida dos produtos (figura 18), buscando sempre utilizar soluções ecologicamente corretas e de menor impacto ambiental em seus trabalhos.

Entretanto, sabe-se que mesmo adotando estratégias e medidas viáveis, há certa dificuldade em evitar e solucionar todas as problemáticas, todavia, ações em determinadas etapas do projeto são de suma importância na busca da preservação ambiental em conciliação com o crescimento e desenvolvimento econômico inevitável (BARROS, NUNES, 2021, p.115-124).

Figura 18 – Ciclo de Vida do Produto



Fonte: Organizado BARROS e NUNES (2021).

Nota: baseado em Manzini e Vezzoli (2002), Fletcher e Grose (2011).

Pensando nisto, o presente trabalho irá utilizar o segmento Moda Festa e o estilo Casual Chic, de forma que se agreguem em prol de atender às diversas situações e demandas dos consumidores.

Para tal, pretende-se uma apresentação dos produtos de forma diferenciada do convencional, concebendo um novo olhar para as peças, ao possibilitar um armário cápsula à cliente que optar por consumir a marca, criando assim, uma maior possibilidade de uso das peças, evitando um descarte precoce.

Intenciona-se deste modo, trazer na coleção uma disposição mais voltada ao *slow fashion*, com apelo sinestésico e sentimental da valorização do meio ambiente, resgatando o valor agregado no trabalho manual, artístico e criacional, aliado a inovação.

Principalmente na moda festa, a cliente é praticamente compelida a comprar um *look* apenas para “a ocasião” em especial e encontra dificuldade em reutilizar a peça posteriormente, seja por dificuldade em encaixar a vestimenta em outras circunstâncias do cotidiano ou pela imposição social de que não é decoroso repetir um *look* de festa, o que muitas vezes é difundido pelos famosos e influenciadores que, por trabalharem com sua imagem, são instruídos a evitar a recorrência no uso, como disposto na passagem da produção de Marcelo Arantes:

[...] Evite repetir *looks*, ou seja, visuais combinando as mesmas peças de roupas e acessórios, em eventos nos quais será fotografado. Isso costuma até inutilizar material dos repórteres fotográficos. Dizem que o músico Chico Buarque, que não precisa aparecer na mídia para vender discos, tem o hábito de caminhar frequentemente com a mesma roupa, no bairro em que mora no Rio de Janeiro, o Leblon. Logo, os *paparazzi* ficam sem “novidade”. Mas para quem trabalha com moda, repetir o *look* tem outro significado, e gera matérias maldosas, como no caso da editora da revista Vogue americana, Anna Wintour. Vista seguidamente por três vezes com o mesmo conjunto numa mesma semana, foi alvo de críticas impiedosas. (ARANTES,2009, p.68)

Por existir tal identificação do público com o que se é visto no meio midiático a sociedade tende a reproduzir esse comportamento. As redes sociais por muito tempo reforçaram esse modelo de consumo insustentável como colocado no artigo da Revista Vogue por Vívian Sotocórno:

[...]esses tempos de redes sociais criaram uma falsa impressão que é normal usar diversos *looks* por dia, todos diferentes. Que cada um “morre” depois de uma foto no feed. Mas, enquanto se fala em transformações na indústria da moda por parte das marcas, que devem buscar cada vez mais criar com propósito e responsabilidade, devemos lembrar que um dos maiores poderes de mudança está nas mãos justamente dos consumidores. É necessário comprar menos e melhor, eleger o que você ama de verdade, que sabe como é feito – e que poderá usar muitas e muitas vezes. (SOTOCÓRNO, 2019).

Porém, como explicitado anteriormente, este tipo de consumo não é mais sustentável e a problemática está se tornando cada vez mais relevante aos olhos da sociedade.

A *McKinsey & Company* tem um importante veículo de informação, as publicações anuais do *State of Fashion Report*, aos quais todos que fazem parte do mercado de moda e consumidores interessados se informam a respeito dos diversos desdobramentos do setor.

Um dos temas da publicação de 2021 aborda justamente a necessidade de as marcas melhorarem seu desempenho, porém, com uma preocupação maior sobre a questão da sustentabilidade nos diversos processos e atendendo as demandas dos clientes.

[...] À medida que os consumidores se tornam mais engajados com questões de sustentabilidade, a circularidade será a chave que abre a porta para um futuro mais sustentável. (...) Com volumes de produção de vestuário crescendo 2,7% ao ano e menos de 1% dos produtos sendo reciclados em novas roupas, a ação sobre a circularidade é um imperativo (LEE E MAGNUS, 2021, p.63, tradução nossa).

Pensando nisto e nas possibilidades de convergência, o estilo casual por estar presente no cotidiano das pessoas é o que mais se adequa à proposta de junção dos nichos, uma vez que é amplamente difundido por especialistas e influenciadores de moda como um estilo que agrega valor ao portfólio visual, devendo ser utilizado no dia a dia e sendo levado para o lado mais refinado do chic, conversa com a moda festa nas questões de sofisticação.

A demanda existe e deve ser tratada de forma crucial, idealizando quebrar certos tabus e ser uma forma de incentivo à mudança nos comportamentos de consumo, conforme disposto na publicação “A moda do futuro ou o futuro da moda?” da revista *Dobras*:

[...] A moda, porém, pode também ser pensada como catalisadora de sinais de mudança e entendida como lugar da iminência, captando novos comportamentos, da mesma forma como a arte, que, segundo Canclini (2014), possui essa qualidade, de tal forma que o futuro poderia ser pensado a partir da moda, pois esta é uma das componentes das narrativas criadas para a construção de uma visão de futuro, como veremos ao longo das discussões sobre algumas das metodologias utilizadas pelos estudos antecipatórios (GUIMARÃES, 2017, p.5-20).

Em síntese, a coleção foi pensada de forma que concorde com as informações dispostas e seja um meio de estimular o consumo consciente e que este, seja a base para que se possa existir um futuro mais sustentável.

Para que se torne possível o entendimento do tipo de consumidor a ser alcançado, o próximo capítulo aborda quem é a consumidora de moda festa e do estilo casual chic.

3 A CONSUMIDORA DE MODA FESTA E CASUAL CHIC

Segundo Kotler e Keller (2006) os grupos sociais em que as pessoas estão inseridas têm influência direta em seu perfil de compra, pois eles são a referência ao qual o indivíduo se identifica e escolhe como irá assumir o seu papel na sociedade. São eles:

- Grupos de pertencimento: ao qual se faz parte, como a família e amigos; consomem-se as mesmas coisas; grupo de maior influência nas decisões de compra.
- Grupos de aspiração: não se faz parte, mas ocorre o desejo de se fazer; influenciam nas decisões de consumo pela necessidade de afinidade e aproximação.
- Grupos de negação: são repelidos; há uma busca pelo distanciamento do estilo de vida e consumo.

Ademais, sabe-se que a partir das redes de relacionamento com os grupos de referência e o papel social que as pessoas assumem, as decisões e ações tomadas são com a finalidade de diferenciação (em busca da individualidade e identidade), de imitação (para a aproximação de outros indivíduos e pertencimento de uma classe) ou de adaptação (por necessidade, seja para estabelecer relações com grupos e pessoas diferentes ou para situações adversas), e estes processos em sua maioria podem utilizar do consumo para serem efetuados (MARI JR, 2021).

Também, dentro destes ciclos sociológicos os fatores psicológicos, antropológicos, culturais e de classe social recaem na tomada de decisões de consumo em prol da subjetividade do indivíduo como ser pensante e produtivo na sociedade, em seus diferentes estilos de vida.

Partindo desta premissa de consumo e trazendo para a realidade da consumidora, sabe-se que a presença das mulheres no mercado de trabalho e em redes sociais movimenta o mercado de consumo feminino globalmente.

A nível nacional, segundo o site da Agência Santa Fé (2019) a mulher tem força na produção de riquezas na economia, com um aumento de 25% em 2016, segundo dados divulgados e, até 2025, entrará mais de 1 bilhão de mulheres a mais no mercado de trabalho.

Também aponta que a presença feminina nas redes sociais é de liderança em relação a masculinas, o que gera um reforço no consumo das mesmas. As

influenciadoras têm um papel importante nessa decisão de compra, pois 37% das mulheres apontadas na pesquisa disseram ser influenciadas na decisão de compra dos produtos após assistir vídeos ou verem postagens nos canais e redes sociais que seguem. Isso se dá pelo apelo de um estilo de vida a se alcançar ou simplesmente pela troca de informações, ao qual a influenciadora possui credibilidade para falar do que está indicando. (SANTA FÉ, 2019).

Em acordo com este contexto, uma análise sobre as marcas que incorporam a moda festa e o casual chic em suas produções, nos permite visualizar o público-alvo que elas alcançam com mais frequência e assim definir a forma mais adequada para se alcançar as consumidoras do segmento.

Proposto isto, a consumidora aspirada neste trabalho, representada por uma persona (figura 19), é caracterizada como uma mulher que detêm conexões pessoais fortes, conhecimento cultural, sendo apreciadora de arte e viagens, além de adorar moda e beleza. Preza pelo desenvolvimento sustentável, pois se preocupa com a natureza e as próximas gerações. Sabe reconhecer o valor do trabalho manual e exclusivo e detêm poder aquisitivo para consumir as peças mais desejadas. Está no mercado de trabalho e usa a moda a seu favor, buscando atrair em seu capital visual além de feminilidade e carisma, o reconhecimento pessoal e profissional com o intuito de destacar-se sempre.

Figura 19 – Prancha representativa da persona relativa ao público-alvo



Fonte: Autora, 2022.

3.1 MERCADO - MARCAS REFERÊNCIA

O mercado em questão é valorizado, pois além de existir a apreciação do simbolismo que representa, demonstra para a sociedade quem é a mulher que consome esse produto ao representar o atributo identitário impresso no ato de vestir. Isto faz com que a consumidora procure e consuma marcas que a represente de fato.

A escolha das marcas para o estudo de caso deste trabalho foi feita em acordo com os segmentos que atendem, o tipo de produto que oferecem no mercado, a riqueza de detalhes dos mesmos, sua forma de produção e como a marca se apresenta no mercado.

As empresas e estilistas circundam o segmento moda festa e o estilo casual chic, se tomando referências para a nossa proposta, pois embora cada uma tenha suas particularidades, todas oferecem coleções marcantes, exclusivas, de trabalho minucioso e que chamam a atenção do público que atendem. Além disso, estas marcas abrangem o pequeno, médio e grande porte como empresa, o que permite a visualização de como o sistema de moda funciona nos diversos tamanhos de empresa.

Na sequência apresentaremos quatro marcas escolhidas como referência de mercado para a proposta de produto que apresentaremos neste trabalho.

3.1.1 Isabella Narchi

A estilista Isabella Narchi tem a paixão por moda e artes em geral desde pequena. É formada em arquitetura pela Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP), e seus estudos foram a base para seu conhecimento em modelagem e desenho. Durante a faculdade ela trabalhou como vendedora da Daslu (loja de artigos de luxo em São Paulo) viajou a Paris apresentando coleções da marca, mas só começou a produzir vestidos de festa depois de formada.

Começou fazendo peças para ela como *hobby* suas amigas começaram a pedir encomendas por gostarem das produções. Isabella recebia suas clientes em casa e, como se tornou um negócio, ela resolveu abrir uma loja e estreou a marca em 2013 com o seu nome, na capital paulista.

Elie Saab, Zuhair Murad, Valentino e Oscar de La Renta são as marcas que mais inspiram a estilista, e ela adora utilizar rendas, transparências e cores

diferenciadas em suas produções, sendo sua marca registrada (ALMEIDA, 2015). A estilista desenvolve vestidos para mulheres que desejam modelos exclusivos que harmonizam romantismo, sensualidade e modernidade, além de um atendimento personalizado.

A faixa etária de público-alvo varia de 15 a 80 anos e a marca Isabella Narchi atende as diferentes demandas de festa e evoluiu com produtos do estilo casual chic. Possui a linha *Couture* (sob medida) e a linha *prêt-à-porter*, pensada em quem tem eventos de última hora e ou não pode ir à loja fazer as provas.

Atualmente a marca conta com um ponto de venda também no *Ritz Paris*, em Paris, França. Suas produções podem custar de R\$216,00 a R\$6.000,00 segundo seu site de compras, mas podem variar para mais no sob medida (figura 20).

Figura 20 – Peças da coleção Prêt-à-Porter e produções da linha *Couture*



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

3.1.2 Patrícia Bonaldi

Mineira, Patrícia abandonou a faculdade de Direito no último ano e se arriscou abrindo uma loja multimarcas de artigos para festas. Entretanto, sentiu a necessidade das clientes por peças sob encomenda, o que era o atendimento de costume em sua cidade, Uberlândia, em Minas Gerais. A partir desta necessidade, criou sua marca, com o propósito de oferecer peças com caimentos que valorizam o corpo da mulher brasileira. (BOMENY, 2018).

Com o passar dos anos Bonaldi foi além e criou uma marca símbolo de brasilidade com estampas, rendas e bordados feitos à mão, que enaltecem a cultura do país. A marca carrega o seu nome e dada a atenção para suas produções por

personalidades famosas, ela ganhou destaque e suas criações estão hoje sendo vendidas em âmbito global, atuando em 15 países. As coleções estão presentes em lojas de luxo, a exemplo da *Bergdorf Goodman*, em Nova York, Estados Unidos e a *Harrods*, em Londres, Inglaterra.

Depois de reconhecida no mercado de festas com seus vestidos, após dez anos de mercado, em 2012, ela lança sua nova marca, a PatBO, que conta com as ideias ousadas da estilista, que faz tendência, a partir da essência do *handmade* (trabalho manual) de suas artesãs.

Bonaldi valoriza muito o trabalho manual e se preocupa com os meios de produção, o que a levou a criar uma cooperativa de bordadeiras em Uberlândia. Em uma palestra para a terceira edição do *Iguatemi Talks*, em São Paulo, ela deu destaque à importância das técnicas manuais na moda como disposto a seguir por Ilca Maria Estevão:

[..] “Às vezes, as pessoas veem a PatBo e pensam que é uma marca enorme. Acho que somos realmente gigantes no nosso propósito, no que nos propomos a fazer, mas não somos uma empresa gigante, até porque nem poderia ser, pelo que eu faço”, explicou a empresária. “Óbvio que diversifiquei bastante, hoje tenho a estamparia e outras coisas. Meu processo, no entanto, é 99% manual”, frisou. (...) Sobre os preços da grife, a designer disse que as clientes entendem o significado e a preciosidade de um trabalho que está cada vez mais escasso. Além disso, sugeriu aos consumidores: sempre questionem ao encontrar um produto *handmade* a baixo custo. Segundo Patrícia, isso significa que a empresa não está valorizando os profissionais da mão de obra. (ESTEVÃO, 2019).

A faixa etária de público-alvo varia de 18 a 50 anos. A marca atende além do mercado festa, também a moda casual, moda praia, entre outros, buscando ser referência em inovação e estilo no mercado de luxo nacional e internacional.

De acordo com o site de vendas, a linha casual varia de R\$279,00 à R\$5.200,00 e a de festa vão de R\$839,00 à R\$11.000,00 podendo variar para mais, a depender da produção (figura 21).

Figura 21 – Peças da PatBo linha festa e casual chic



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

3.1.3 lorane – NXT LVL

A marca foi fundada em Belo Horizonte por lorane Rabello e leva seu nome há mais de 30 anos. De origem familiar, conta com o filho Gustavo Rabello, como diretor executivo. Primeiramente surgiu como atacadista, mas desde 2008 começou a investir também no segmento de varejo. A mudança se fez necessária para atender às diferentes demandas do consumidor final e de consolidar o *lifestyle* e o propósito da marca no mercado.

Além de estar presente nas principais capitais do Brasil a marca possui uma loja internacional em Miami e é representada em Nova York por um *showroom* parceiro o *Fiftytwo*.

Em 2016 uma marca paralela foi lançada a NXT LVL, com outro propósito e comportamento, sendo mais uma opção de moda de luxo no país. Ambas atuam com moda festa e o estilo casual chic. A faixa etária de seu público-alvo varia de 23 a 65 anos na lorane, e de 15 a 30 anos na NXT LVL.

Segundo o site *Honest Reviews* (2022), a marca se preocupa com as questões ambientais e com inovação em seu meio de produção. Trabalha com tecidos como o linho eco, produzidos a partir de fios reciclados, algodão certificado e desfibrados, produzidos com pet reciclado em sua composição. A lorane faz parte do “*Movimento Sou Algodão*”, que estimula o uso consciente da fibra natural na indústria de moda.

De acordo com o site de vendas as peças da lorane variam de R\$289,00 à R\$5.500,00 (figura 22) e as da NXT LVL vão de R\$389,00 à R\$6.000,00 ambas podendo variar o valor a depender da produção (figura 23).

Figura 22 – Coleção *The New Chic* da lorane 2022



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Figura 23 – Coleção NXT LVL 2022



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

3.1.4 Minimiz

A fundadora e estilista da marca é Dallila Teles Lobo Waack e conta também com Alline Souza Santana auxiliando nas produções. Por meio de entrevista para este trabalho a representante da marca contou que o surgimento da mesma se deu pela vontade que Dallila tinha de parar de trabalhar para outra empresa e ter a sua própria

marca. Situada em Brasília, no Distrito Federal, a Minimiz surgiu em setembro de 2020, em meio a pandemia de Covid-19, e começou sendo totalmente *online* com a proposta de ser uma marca minimalista e sustentável.

A faixa etária de seu público-alvo varia de 24 a 40 anos com mulheres que priorizam tecidos e acabamentos de qualidade. Foi exposto que a marca começou com peças prontas e passaram a lançar coleções cápsulas com grade de tamanho do PP ao GG. A produção era feita toda em outro Estado e transportada para eles, e como a logística era difícil, em 2021 montaram o ateliê e começaram a trabalhar com o segmento sob medida, por sentirem a necessidade de atender as demandas dos diferentes corpos brasileiros.

A proposta da marca é de produzir o estilo casual sob medida, sendo uma das primeiras marcas a trabalhar desta forma. Posteriormente, com o reconhecimento de seu trabalho, surgiu a demanda de peças de moda festa para clientes que precisavam de trajes para eventos menores.

Como a essência da marca é o *slow fashion*, começaram a criar peças em tecidos naturais que abrangem o estilo casual e são tecidos que podem ser usados para as criações mais sofisticadas para eventos especiais e causou grande demanda da marca.

Em 2022 a marca lançou duas linhas: a *Basic*, mais casual e básica para o uso cotidiano, e a linha *Classic*, que são as peças de casual chic mais clássicas. Terá ainda uma terceira linha a ser lançada, a *Wedding*, mais voltada para a moda festa, de forma minimalista, conforme propõe marca.

Como a Minimiz se preocupa com as questões ambientais, produzem peças em menor escala, contemplando o *slow fashion* e não trabalham com nenhum tipo de estoque, as peças são produzidas conforme demanda. Os retalhos são utilizados para a confecção das peças piloto e as sobras destes retalhos são doadas para o Nordeste, onde existem campanhas de aproveitamento desses materiais.

Na parte de embalagem a marca utiliza papéis recicláveis e saquinhos de TNT que podem ser reutilizados para outros usos.

A faixa de preços varia conforme a linha de produção sendo a *Basic* a partir de R\$219,90 e a linha *Wedding* R\$3.000,00, podendo variar para mais, dependendo das modelagens, tipo de tecidos, entre outros.

Figura 24 – Peças da Minimiz, linha festa e casual



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Na próxima seção apresentaremos a marca que foi criada para este trabalho ao longo das atividades do curso de Bacharelado em Moda, a partir da qual será contextualizado todo o desenvolvimento da coleção deste trabalho e sua metodologia para produtos de moda.

4 DESENVOLVIMENTO DA MARCA

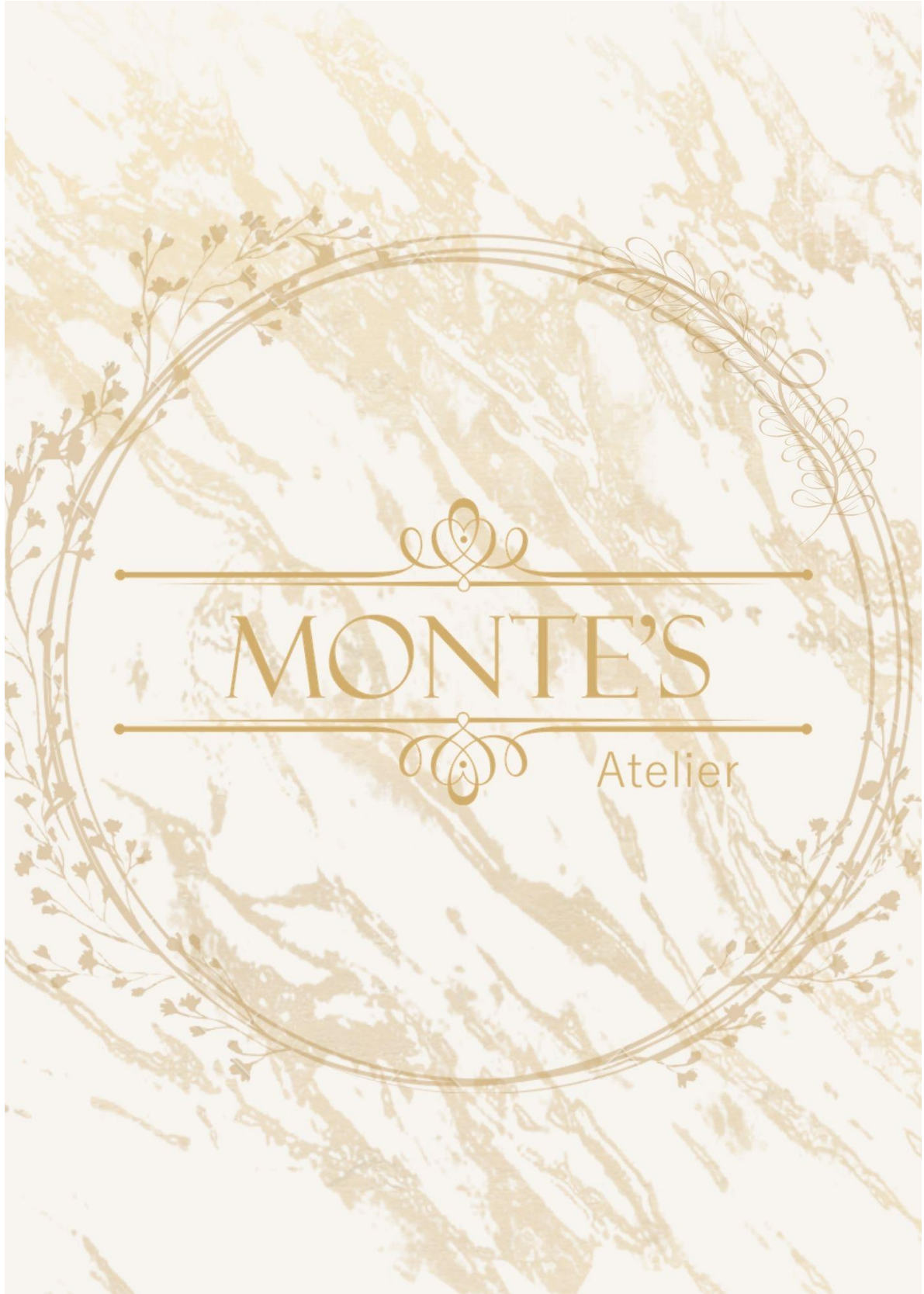
Monte's Atelier é uma empresa familiar criada pela estilista em conjunto com sua mãe e tia em Juiz de Fora – Minas Gerais.

A marca foi desenvolvida possuindo personalidade própria e com o objetivo de atender a um público que reconhece o fazer manual. Através de seus produtos exclusivos visa a diferenciação no mercado de moda festa e casual chic.

Para melhor demonstrar o desenvolvimento da marca as pranchas a seguir se fazem necessárias, aos quais a figura 25 trabalha a identidade visual da Monte's Atelier com sua logomarca em destaque. A figura 26 trabalha a apresentação da marca em si, dispondo de detalhes como sua missão, valores e público.

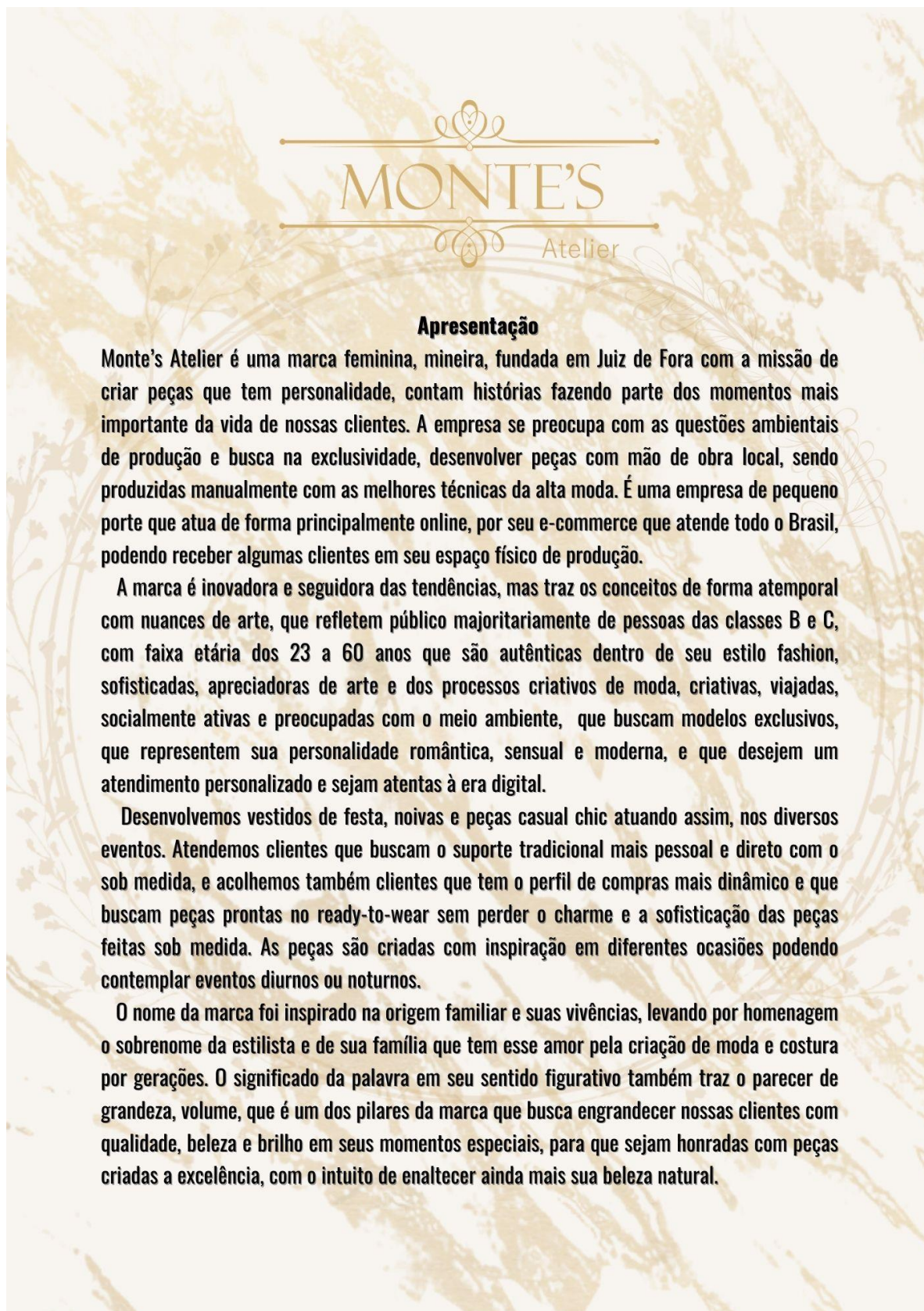
Já a figura 27 trabalha esse público-alvo desejado e a figura 28 toda a parte de papelaria, que representa mais uma vez a visão da marca em utilizar de materiais de qualidade agregados à uma maior sustentabilidade, sendo opção da marca utilizar de papéis recicláveis e tintas de impressão eco solventes não nocivas ao meio ambiente.

Figura 25 – Prancha de identidade visual



Fonte: Da autora (2022).

Figura 26 – Prancha de apresentação da marca



Fonte: Da autora (2022).

Figura 27 – Prancha de público-alvo



Fonte: Da autora (2022).

Figura 28 – Prancha de papelaria



Fonte: Da autora (2022).

5 DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO

A proposta desta coleção é ser multifacetada, apresentando vestimentas versáteis com peças do tipo modular que combinam entre si, promovendo, assim, maiores possibilidades de uso. Podem ser utilizadas no cotidiano ou para festividades, pois são vestimentas que têm em seu conceito a sofisticação e informações criativas da moda festa, mas agregado ao conforto do estilo do casual chic, com o diferencial da exclusividade.

As criações valorizam a produção nacional, local, com técnicas manuais que prezam pela essência do fazer artístico e voltadas para ações mais sustentáveis, prezando pelo bem estar de quem consome e também o meio ambiente. A coleção é detalhada de forma a atender a um público que valoriza os processos criativos e os materiais envolvidos na produção.

5.1 TEMA

O tema desta coleção foi inspirado na personagem histórica e muito icônica para a moda, princesa de Gales, Lady Di (figura 29), também conhecida como a “Princesa do povo”, devido ao seu carisma e envolvimento em causas sociais.

A escolha do tema levou em consideração, além da questão do consumo consciente de roupas, a influência que Lady Di exerceu (e ainda exerce, *in memoriam*) tanto na moda, quanto em assuntos relacionados ao desenvolvimento humano.

Ela se engajou em diversas causas humanitárias e sociais, com destaque para o projeto de combate ao preconceito com pessoas que viviam com AIDS (*acquired immunodeficiency syndrome*), tornando-se patrocinadora oficial do National AIDS Trust, no Reino Unido, instituição de caridade voltada a ações em prol dos portadores de HIV. Também se dedicou ativamente à campanha internacional para a eliminação de minas terrestres.

Figura 29 – Diana, Princesa de Gales



Fonte: Disponível em: <<https://claudia.abril.com.br/moda/fotos-princesa-diana-estilo/>>.
Acesso em: 4 jun. 2022.

Diana Spencer nasceu em 01 de julho de 1961, na aldeia de *Sandringham* em *Norfolk*, Inglaterra. De família aristocrata, recebeu a titulação de “*Lady*” quando seu pai Edward John Spencer se tornou o oitavo Conde Spencer, em 1975, após a morte de seu avô paterno Albert Spencer. Nos anos 1970 estudou na Suíça, no *Institut Alpin Videmanett* e, em Londres, trabalhou como professora de balé e também do jardim de infância.

Desde pequena participava de eventos da família real britânica e teve seus laços mais estreitados aos 17 anos, quando ela e suas irmãs eram constantemente convidadas para eventos. Lady Di, jovem e apaixonada, era sempre vista próxima do

Príncipe Charles. Em 1980 os dois noivaram e Diana já era querida pelo povo britânico e se tornaria uma das figuras da realeza mais querida em todo o mundo.

O casamento com o Príncipe de Gales ocorreu em 1981, e Diana tornou-se parte da família real britânica com a titulação de “Sua Alteza Real e Princesa de Gales”. Seu casamento “de conto de fadas” contou com mais de 3 mil convidados e foi acompanhado por mais de 700 milhões de expectadores pela televisão (GLOBO, 2021). O seu vestido de noiva (figura 30), que contém mais de 10 mil lantejoulas de madrepérolas e mais de 7 metros de cauda, foi o centro das atenções, sendo um dos mais copiados da época.

Peça icônica de moda, o vestido recentemente foi exibido para o público na mostra “*Royal Style in the Making*” (2021), em Londres, além de ter sido recriado para a quarta temporada da série “*The Crown*” (2020) da *Netflix*, pela equipe da figurinista Amy Roberts (vencedora do *Emmy* por seu trabalho na série), a partir de cópias do desenho do vestido original.

Figura 30 – Diana e Charles em seu Casamento



Fonte: Disponível em: <<https://mspost.com.br/vestido-noiva-princesa-diana-definitivo/>>
Acesso em: 04 jun. 2022.

Viajando por diversos países em missões da Coroa, além de sua forte atuação nas causas sociais, a princesa Diana se tornou amada por todos e com seu carisma alcançou maior destaque que o próprio Príncipe de Gales, sendo aclamada por onde passava.

Frutos do casamento, nasceram William Arthur Philip Louis em 1982 e Henry Charles Albert David em 1984. No entanto, vivendo uma relação conturbada, na década de 1990 o casamento chega ao fim, motivado pela longa relação extraconjugal que Charles mantinha com a ex-namorada e sua atual esposa Rainha Camila Parker-Bowles. Diana desenvolveu problemas como bulimia e depressão, desencadeados pela situação em que vivia em seu casamento de amor unilateral e “felicidade” demonstrada apenas em aparições públicas. Após o divórcio, oficializado em 1996, Lady Di permaneceu como membro da realeza, mas passou a ser denominada apenas como “Princesa de Gales”. (MORTHON, 2013)

Diana faleceu muito jovem, no dia 31 de agosto de 1997, em um trágico acidente de carro em Paris, resultante da tentativa de fugir da perseguição dos *paparazzis*. Morreram também no acidente o motorista do carro e o namorado de Diana, Dodi Al Fayed, que viajava com ela. Mesmo após sua morte os projetos de caridade, aos quais ela era envolvida, continuam sendo realizados.

Em relação à moda, Diana se tornou um ícone, lançando tendências por onde passasse. Com estilo marcante e sofisticado, enquanto fazia suas aparições em público, patrocinava o trabalho de designers de moda britânicos.

Segundo Barnard (2003), Diana foi criticada pela aristocracia britânica por essa exposição pública com a moda, pois desafiava a tradição, ameaçando a preservação do prestígio da monarquia. Outras personagens da realeza utilizavam da moda a favor de perpetuar esse *status quo*, mantendo o estilo tradicional, mais retido. Já Diana buscava inovar na medida do possível e ela transitava muito bem entre a moda festa e o casual chic.

Algumas peças de Diana se tornaram marcantes e, certamente, entraram para a história da moda. A “Princesa do Povo” rompia alguns códigos da realeza, a exemplo do “vestido de vingança” (figura 31) de seda preta, com os ombros à mostra, que usou em junho de 1994 no dia em que o príncipe Charles anunciou seu adultério em rede televisiva.

O vestido se tornou um dos mais lendários usados por ela, e foi após seu divórcio que seu estilo próprio foi se tornando mais evidente, uma vez que não precisava mais seguir as regras de indumentária da família real.

Figura 31 – Vestido de vingança



Fonte: Disponível em: <<https://www.revistaloficial.com.br/moda/vestido-de-vinganca-da-princesa-diana>> Acesso em: 4 jun. 2022.

Nota: vestido da estilista Christina Stambolian.

Lady Di se preocupava com o próximo e com as questões ambientais, e sabia que com a moda também poderia passar uma mensagem, comunicar-se com o mundo.

Desta forma, e diferente do usual, com muita personalidade ela gostava de modificar peças já utilizadas dando nova vida a elas. Praticava o *upcycling* mesmo antes de o termo existir, conforme se pode observar na figura 32.

Figura 32 – Diana reutilizando peças em diferentes ocasiões



Fonte: Da autora, 2022.

O *upcycling* é um processo de reutilização criativa, ao qual se utiliza de produtos, resíduos, peças aparentemente inúteis na criação de novos produtos, sem desintegrar a peça, numa função diferente da qual o produto ou partes dele foram inicialmente projetados.

Ela simplesmente repetia o *look* ou trocava a saia de um vestido, desmembrava conjuntos para reutilizar separadamente, mudava um casaco, reformava vestidos, mudava acessórios, tudo em prol de dar uma nova vida às roupas. Era uma mensagem positiva para o público que a admirava como pessoa e como inspiração na moda.

Depois dela outras pessoas importantes como as noras Kate Middleton (Duquesa de *Cambridge*) e Meghan Markle (Duquesa de *Sussex*) refletiram seus passos no empoderamento feminino e na moda com seus estilos pessoais. A seguir será exposto o desenvolvimento da prancha de tema que é a própria Lady Di (figura 33) e os demais processos da coleção.

Figura 33 – Prancha de tema



Fonte: Da autora, 2022.

5.2 TENDÊNCIAS

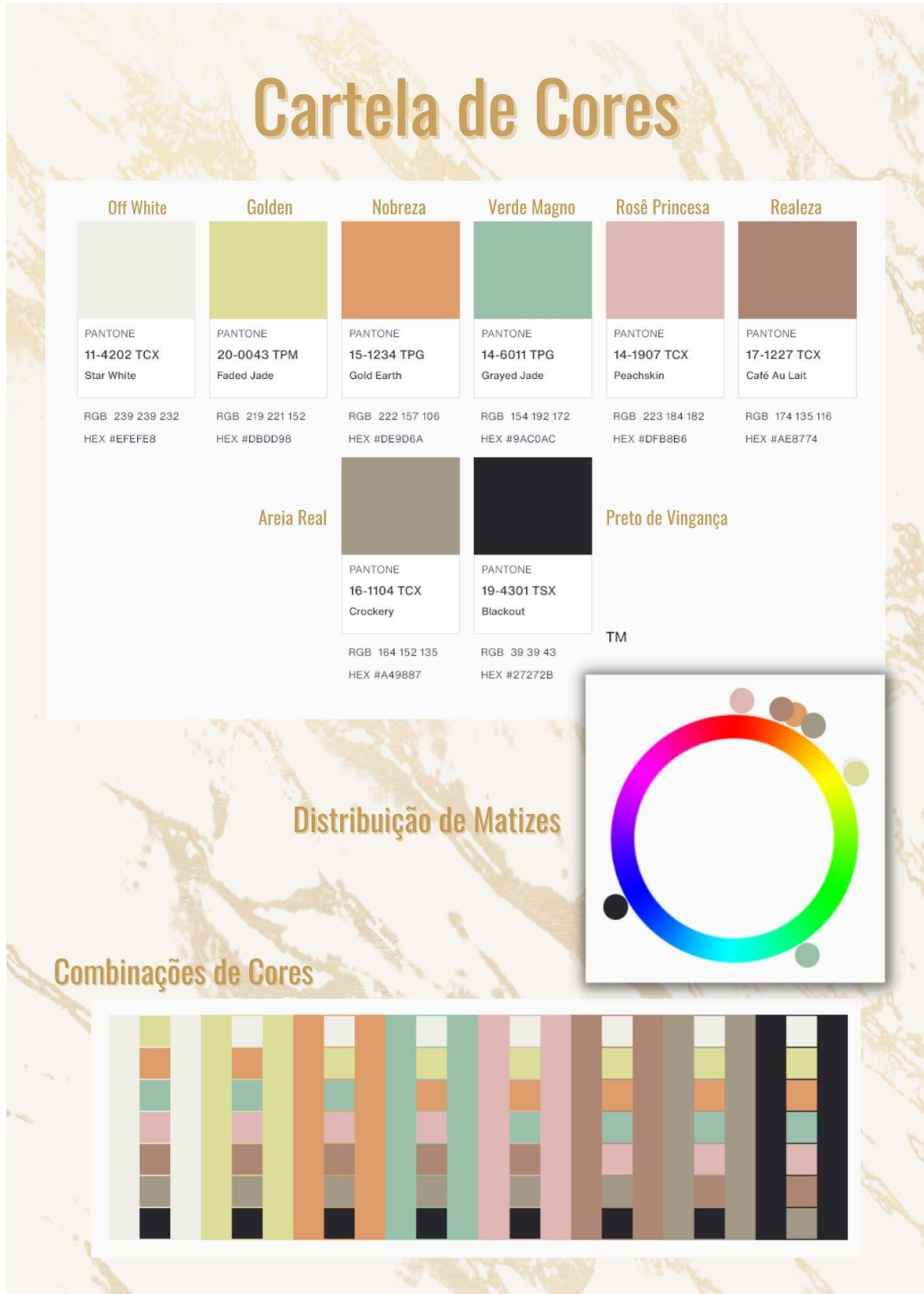
Figura 34 – Prancha de Tendências



Fonte: Da autora, 2022.

5.3 CARTELA DE CORES

Figura 35 – Prancha de Cartela de Cores



Fonte: Da autora, 2022.

5.4 MATÉRIA PRIMA

Figura 36 – Prancha de Tecidos



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 37 – Prancha de Aviamentos



Fonte: Da autora, 2022.

5.5 SUPERFÍCIE TÊXTIL

Figura 38 – Design de Superfície Têxtil



Fonte: Da autora, 2022.

6 COLEÇÃO

Esta coleção foi pensada de forma criteriosa para contemplar o propósito do projeto. Julgou-se determinante partir de uma cartela de cores que, ao mesmo tempo em que enaltece Lady Di com suas cores favoritas (como exposto na prancha de tema), segue sendo tendência segundo as pesquisas realizadas como pode ser percebido na prancha de tendências (figura 34). Prancha que demonstra também os cortes, texturas, caimentos mais desejados na moda atualmente e que em conjunto com o que Lady Di gostava de usar, foram inspiração para a criatividade da estilista na criação e desenvolvimento da coleção.

Outro ponto importante para a escolha de cores foi o fato de que as elegidas se mantêm como atemporais, sendo indicadas para acompanhar a intenção da proposta como se pode verificar na figura 35.

A escolha dos tecidos (figura 36) foi realizada visando alcançar o melhor caimento para cada tipo de peça da coleção e também embasado no que a Princesa Diana gostava de utilizar cotidianamente, sendo os de alfaiataria os seus prediletos. O objetivo nesta etapa foi mesclar alguns tecidos já utilizados na moda festa com os de alfaiataria e de produção mais sustentável, como exemplo, os da linha sustentável da empresa Tex Prima, que utilizam menos água e emitem menos gases nocivos à natureza em sua fabricação.

Não foi o foco eliminar totalmente o uso de tecidos sintéticos, mas sim diminuir o seu uso, uma vez que a essência do trabalho é otimizar a utilização das peças de forma cíclica. O mesmo acontece com os aviamentos (figura 37). Buscou-se mesclar os tipos de materiais e, no caso das pedrarias, dar preferência às de produção menos prejudicial ao meio ambiente em seu processo de fabricação e posterior descarte.

No design de superfície têxtil privilegiou-se o processo de fazer manual que contemple, ao mesmo tempo, a arte do processo e o cuidado com a escolha dos materiais utilizados. Neste quesito de materiais, o reaproveitamento das sobras dos cortes foi a escolha mais assertiva de forma a aproveitar ao máximo os tecidos utilizados.

Ao total, a coleção conta com 35 peças que compõem, juntas, mais de duzentas possibilidades de composições completas, uma vez que a coleção foi criada de forma em que as peças combinem entre si, garantindo assim, sua máxima usabilidade. A melhor visualização pode ser observada a seguir no mix de produtos (figura 39).

Cada peça criada foi desenvolvida com a condição de funcionar de forma híbrida, para atender assim, tanto eventos festivos, como as composições mais casuais. Isto posto, Lady Di e sua mensagem estão sempre presentes, sendo representadas em cada detalhe, desde o caimento de peça, até na proposta de serem peças delicadas e que, ao mesmo tempo, refletem poder e versatilidade.


Os croquis feitos inicialmente à mão e finalizados no *Illustrator* e *Photoshop* estão dispostos mais à frente, da figura 40 a 54. A figura 55 dispõe exemplos a respeito das infinitas possibilidades de combinação de peças para criar os diversos *looks* completos que a coleção aborda.

Após o processo de criação da coleção foram escolhidas 5 peças para a realização da prototipagem e confecção, as quais serão explicitadas mais adiante no trabalho.

6.1 MIX DE PRODUTOS

Figura 39 – Mix de Produtos

Mix de Produtos

Mix de Moda ----- Mix de Produtos	Básico	Fashion	Vanguarda	Total	%
Casaco	1	4	1	6	17.1
Blusa	2	3	2	7	19.95
Cropped	2	2	-	4	11.4
Calça	1	3	1	5	14.25
Saia	1	3	2	6	17.1
Short	1	1	-	2	5.7
Bermuda	-	1	-	1	2.85
Vestido	1	2	1	4	11.4
Total	9	19	7	35	100
%	26	54	20	100	

Fonte: Da autora, 2022.

6.2 CROQUIS

Figura 40 – Croqui 1 - Vestido curto e saia longa

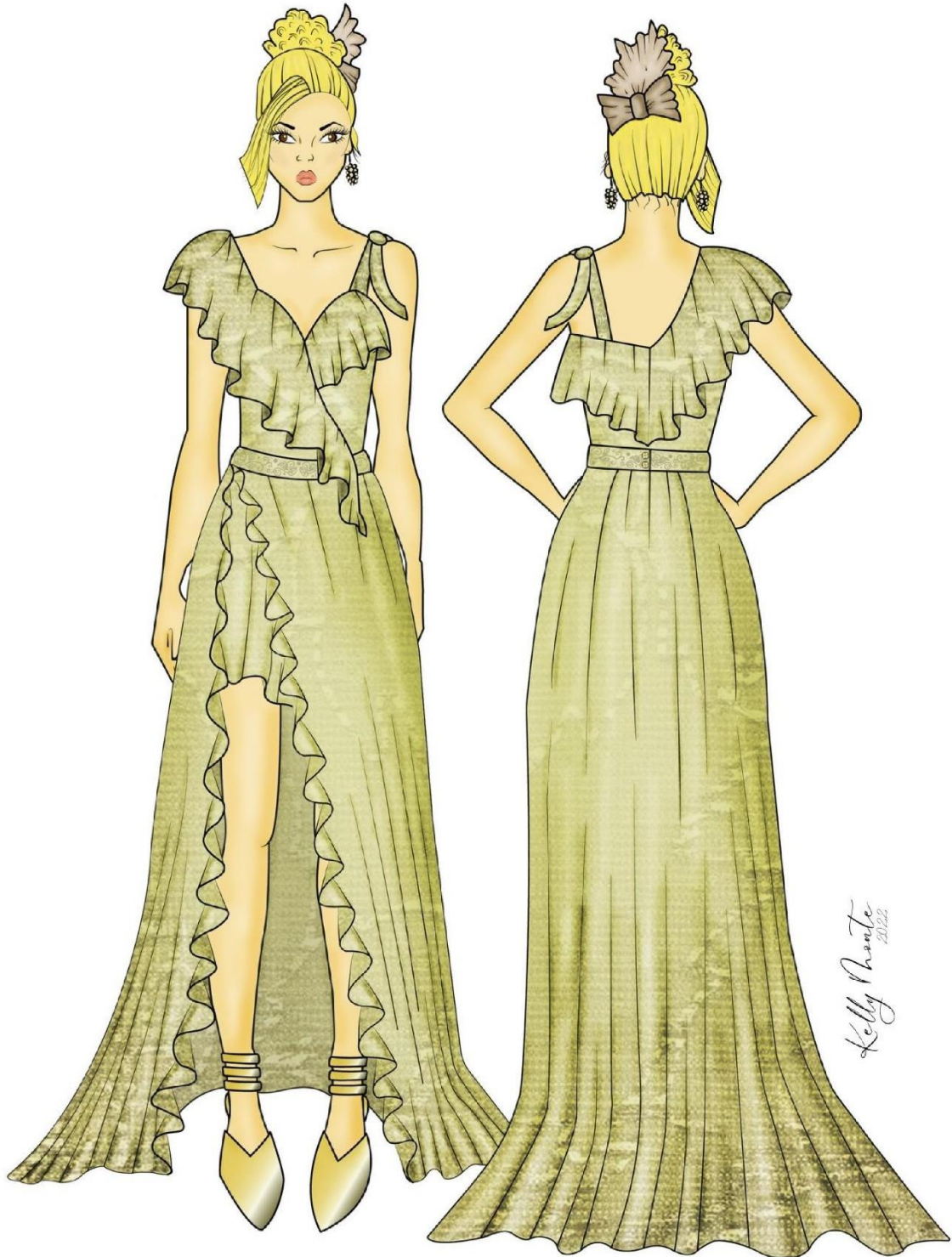
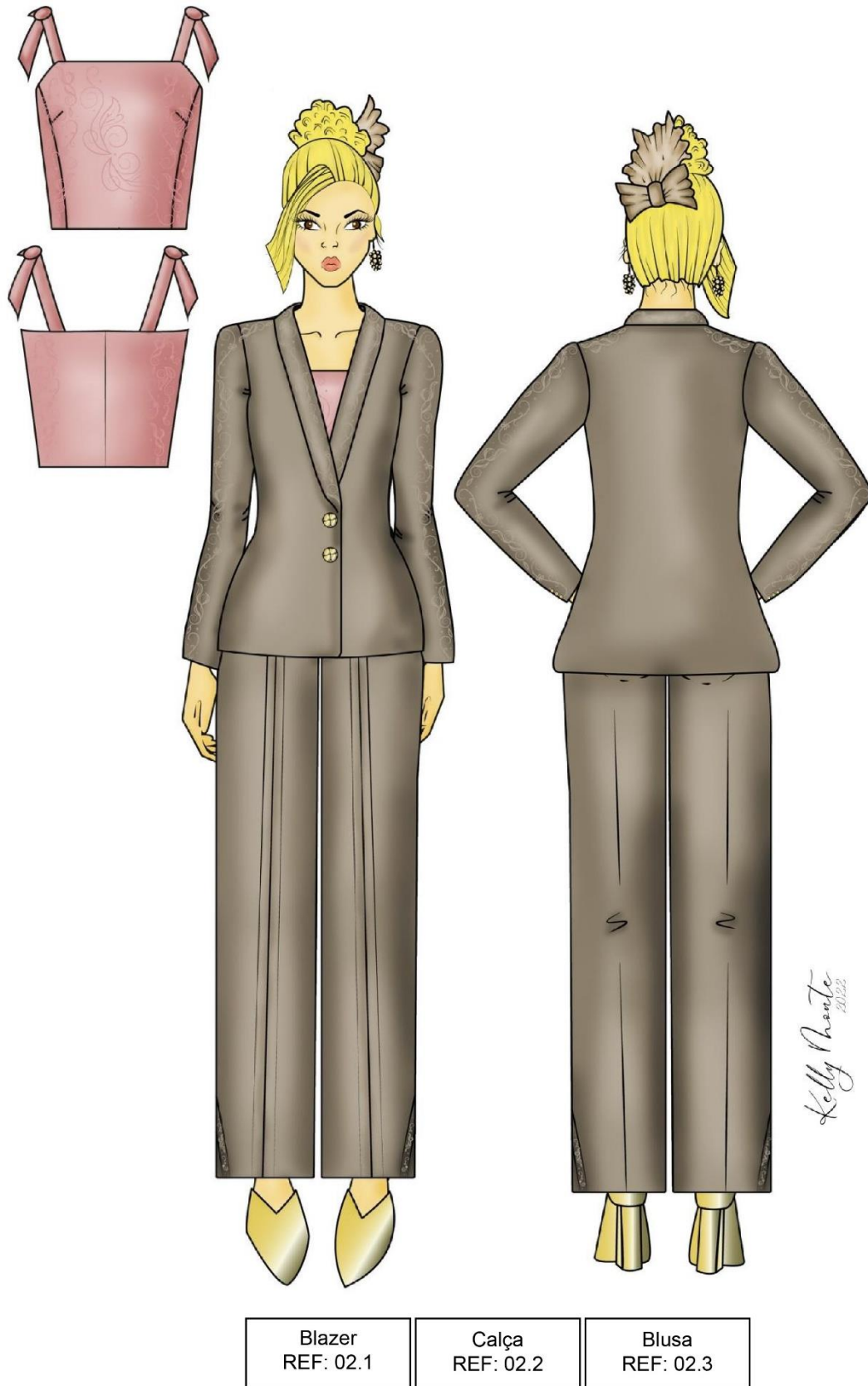
*Kelly Prante*
2022Vestido
REF: 01.1Saia
REF: 01.2

Figura 41 – Croqui 2 - Blazer, calça e blusa com alça de amarrar



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 42 – Croqui 3 - Blusa e saia

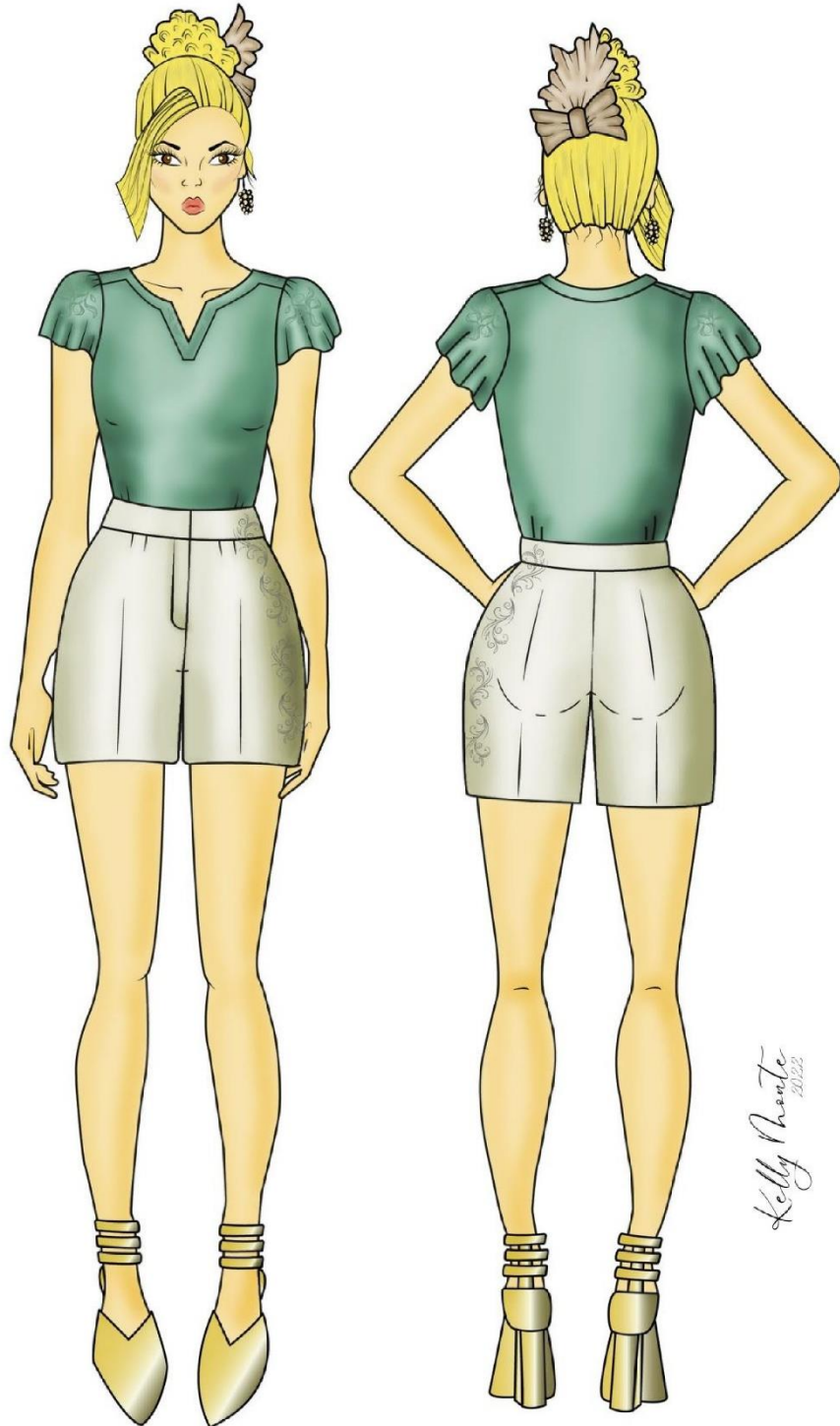


Kelly Prate
2022

Blusa
REF: 03.1

Saia
REF: 03.2

Figura 43 – Croqui 4 - Blusa e short

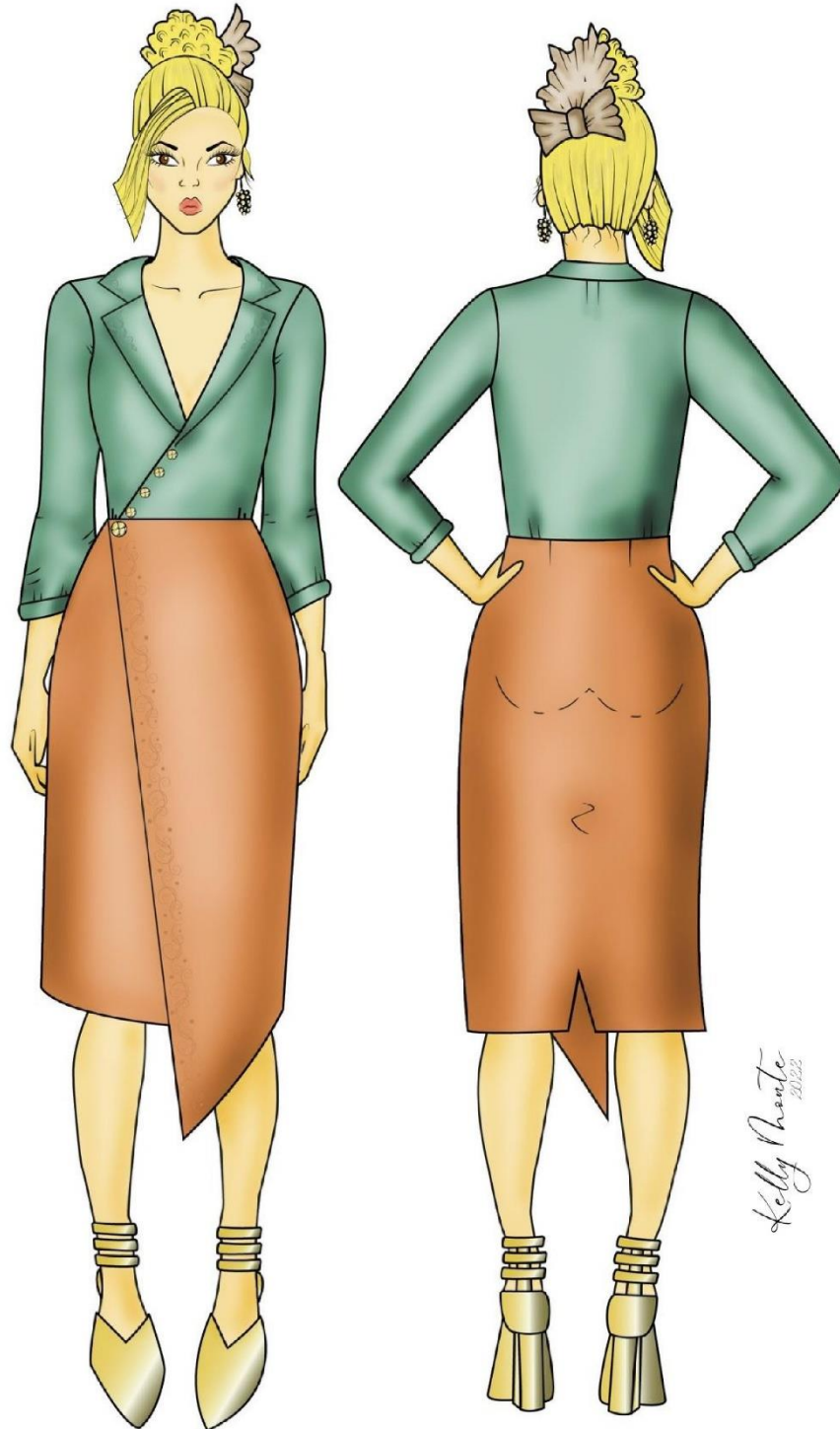


Kelly Phante
2022

Blusa
REF: 04.1

Short
REF: 04.2

Figura 44 – Croqui 5 - Blusa e saia de bico



Kelly Phante
2022

Blusa
REF: 05.1

Saia
REF: 05.2

Figura 45 – Croqui 6 - Blusa e calça



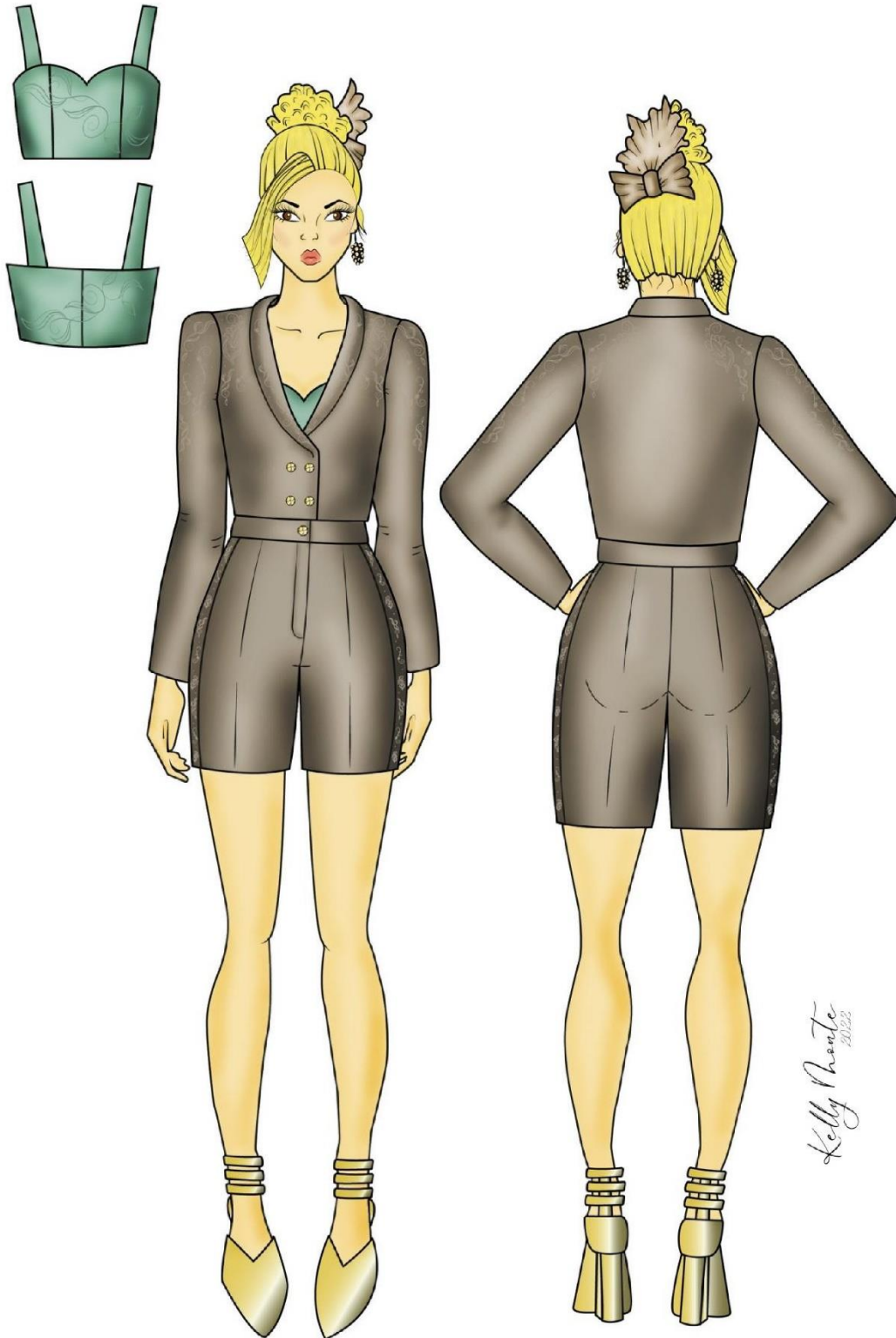
Kelly Duarte
2022

Blusa
REF: 06.1

Calça
REF: 06.2

Fonte: Da autora, 2022.

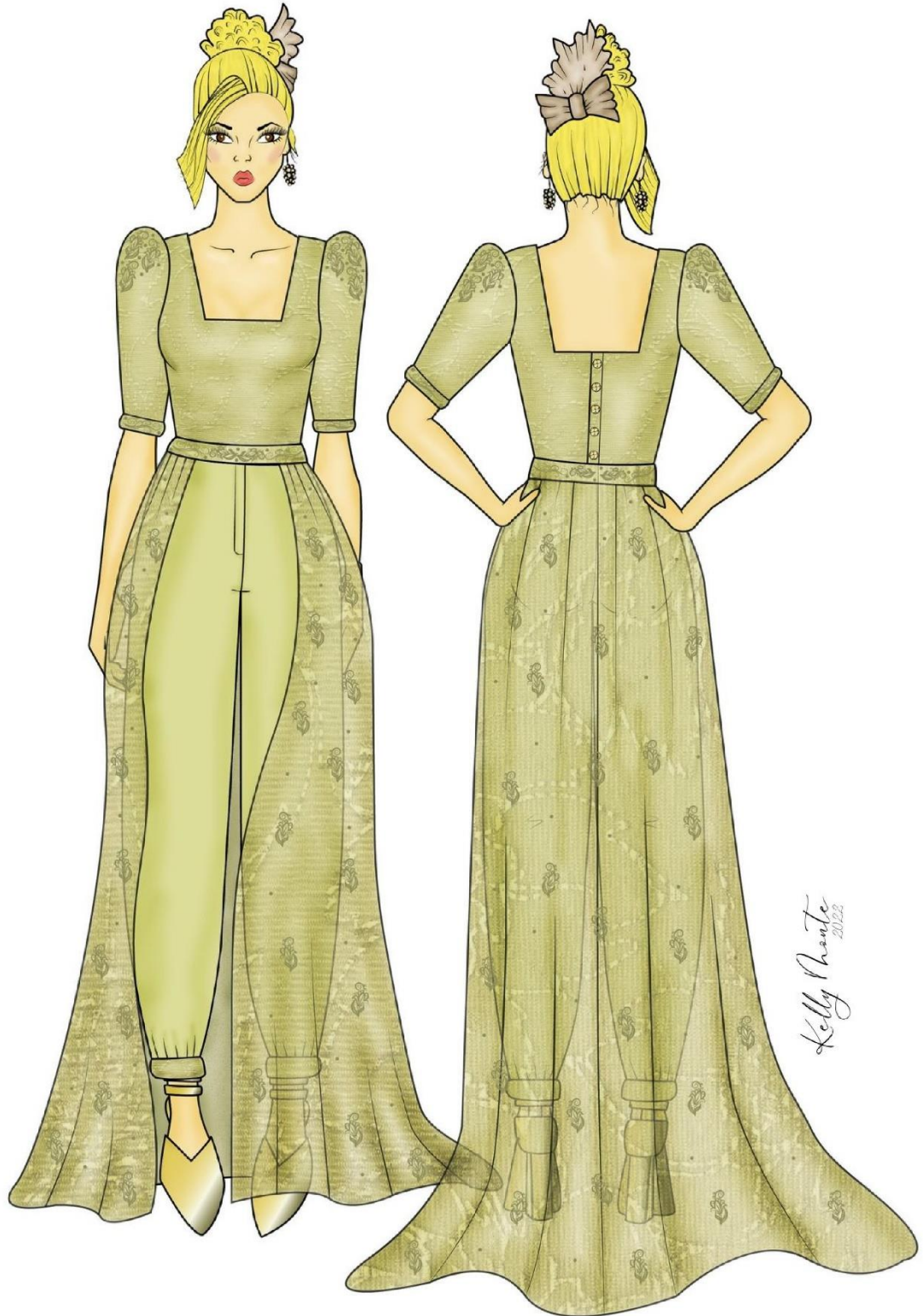
Figura 46 – Croqui 7 - Blazer curto, *short* e *cropped*



Blazer REF: 07.1	Short REF: 07.2	Cropped REF: 07.3
---------------------	--------------------	----------------------

Kelly Phante
2022

Figura 47 – Croqui 8 - Blusa, calça e saia longa



Kelly Phante
2022

Blusa
REF: 08.1

Calça
REF: 08.2

Saia
REF: 08.3

Fonte: Da autora, 2022.

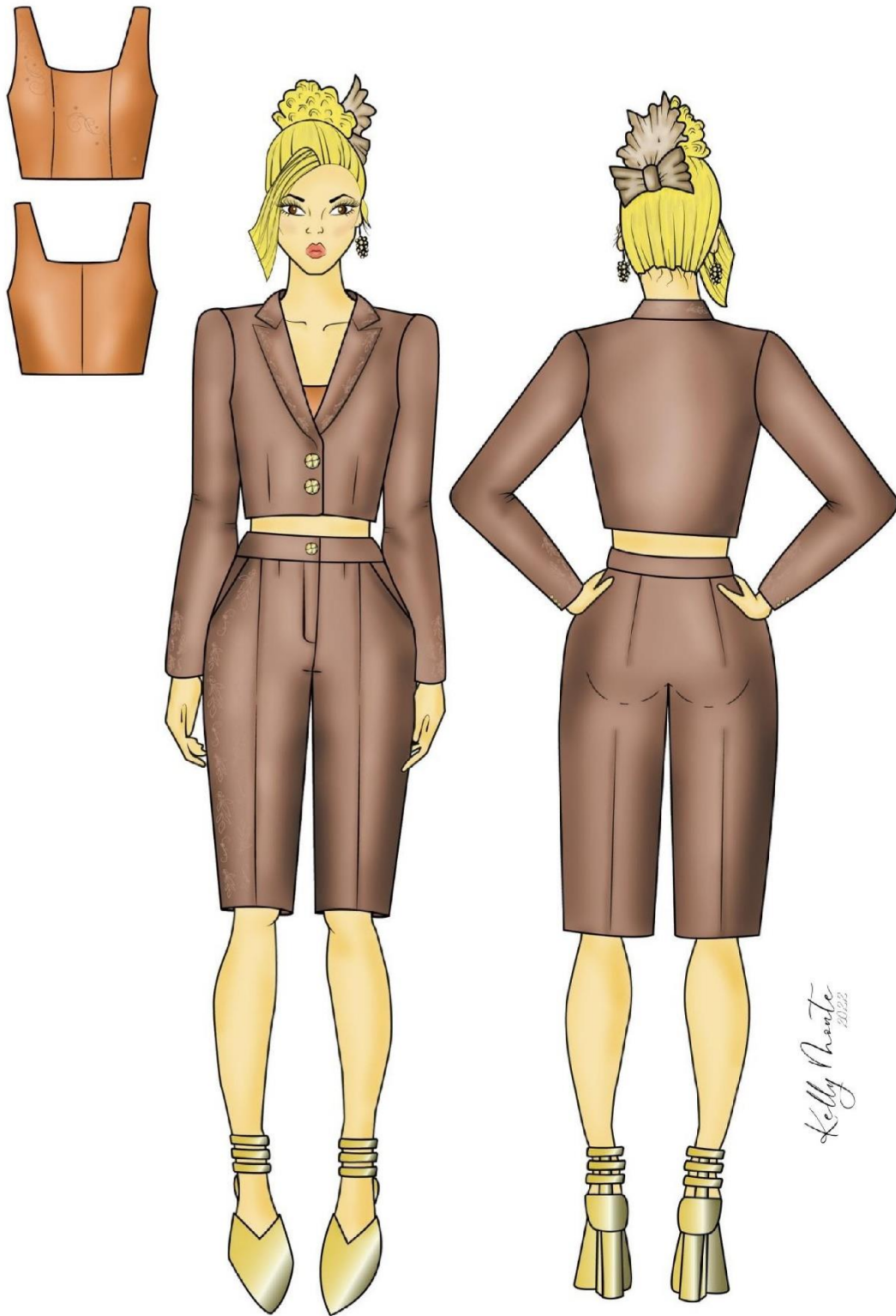
Figura 48 – Croqui 9 - Blazer, calça e *cropped*



Kelly Nante
2022

Blazer REF: 09.1	Calça REF: 09.2	Cropped REF: 09.3
---------------------	--------------------	----------------------

Figura 49 – Croqui 10 - Blazer curto, bermuda e *cropped*



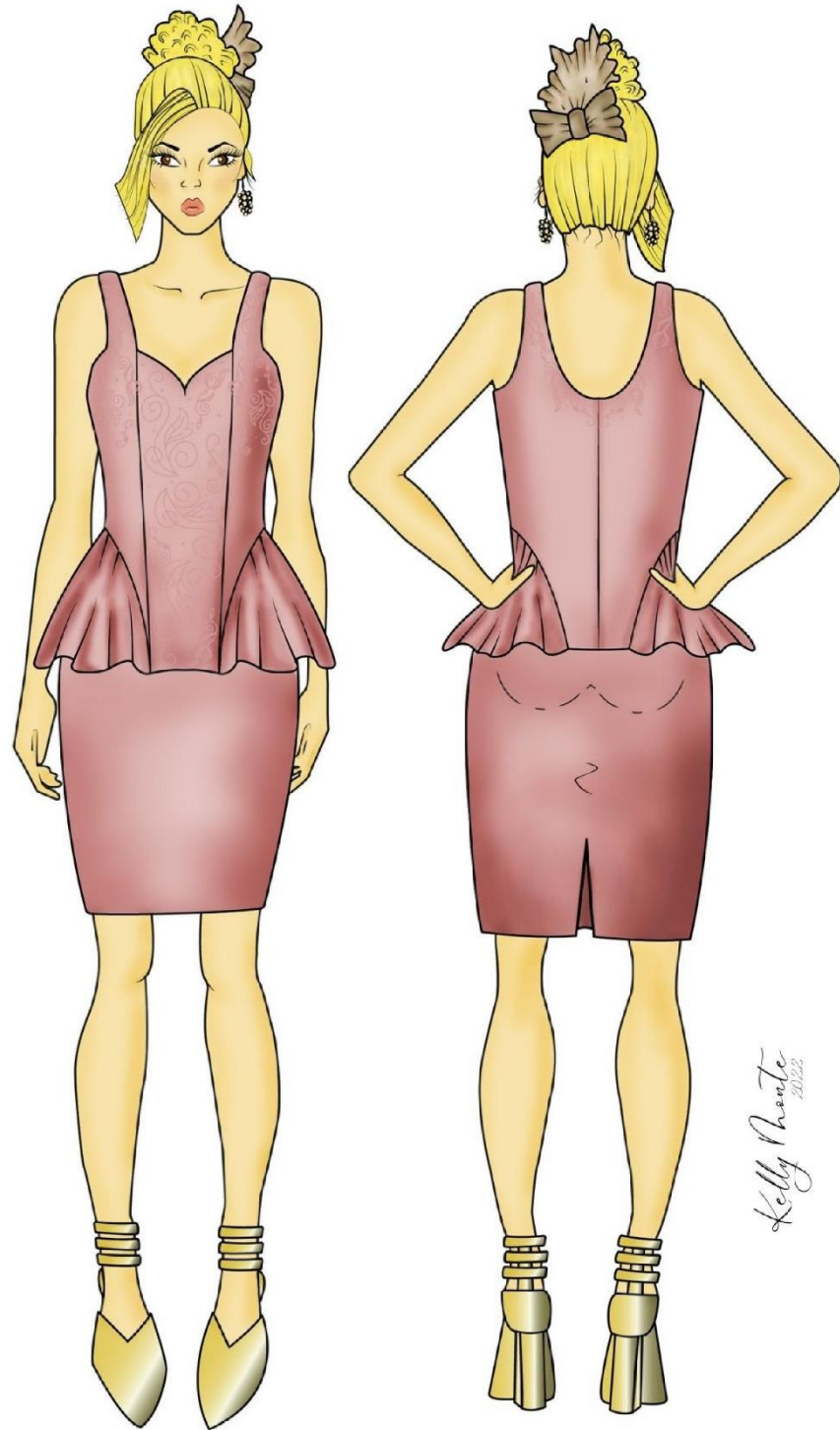
Kelly Phante
2022

Blazer
REF: 10.1

Bermuda
REF: 10.2

Cropped
REF: 10.3

Figura 50 – Croqui 11 - Blusa e saia



Kelly Monte
2022

Blusa
REF: 11.1

Saia
REF: 11.2

Figura 51 – Croqui 12 - Blazer e vestido



Blazer
REF: 12.1

Vestido
REF: 12.2

Figura 52 – Croqui 13 - Vestido curto e saia longa



Vestido
REF: 13.1

Saia
REF: 13.2

Figura 53 – Croqui 14 - Blazer, calça e *cropped*



Fonte: Da autora, 2022.

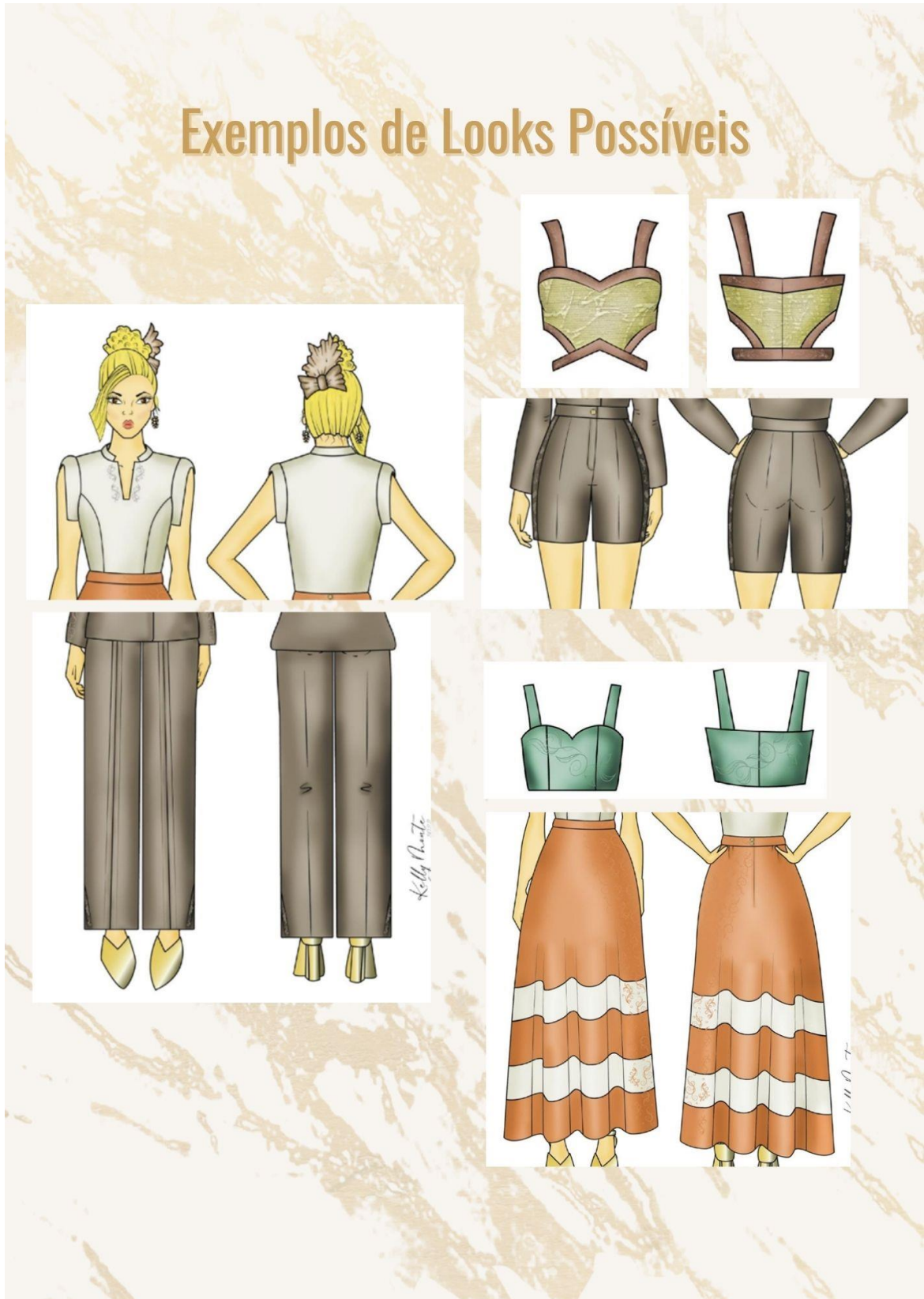
Figura 54 – Croqui 15 - Vestido



Vestido
REF: 15.1

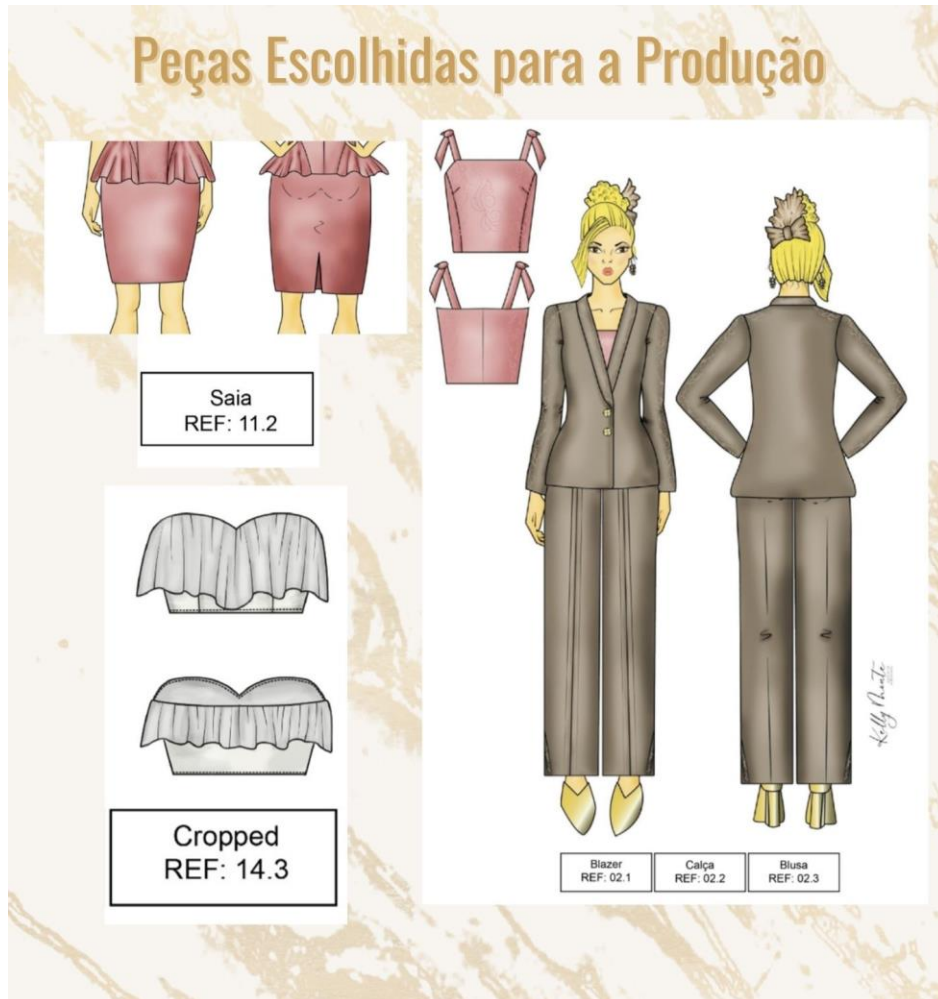
Fonte: Da autora, 2022.

Figura 55 – Exemplos de Looks Possíveis



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 56 – Peças escolhidas para a produção



Fonte: Da autora, 2022.

6.3 FICHA TÉCNICA


A partir da escolha das peças da coleção a serem fabricadas (figura 56) objetivando demonstrar as capacidades técnicas do trabalho e possibilidade de usos das mesmas, o trabalho das fichas técnicas foi desenvolvido no *Illustrator*.

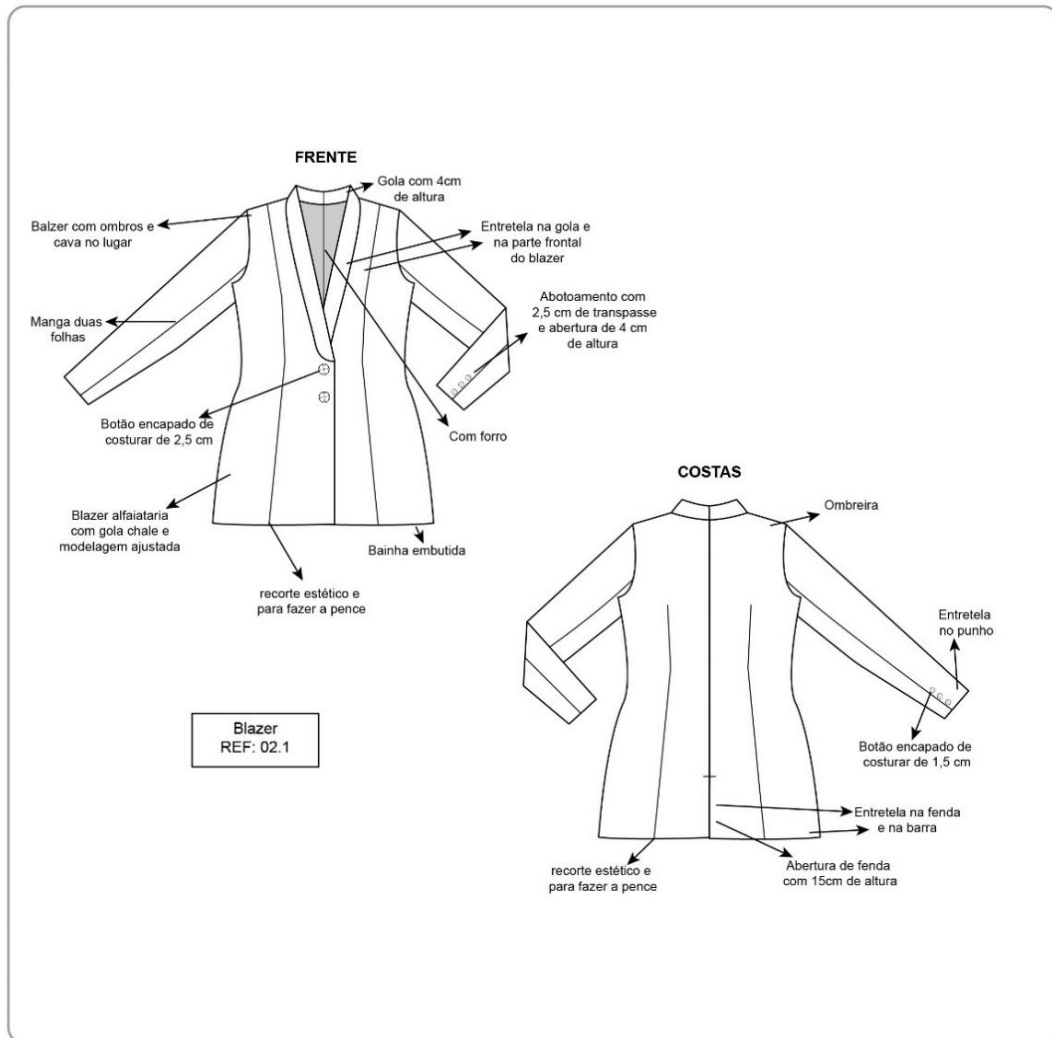
Nelas estão presentes as características particulares de cada peça, como nome, descrição, referência para situar qual peça da coleção será confeccionada. Também estão dispostas as instruções de produção das peças, cada uma com suas particularidades. Nas peças que possuem beneficiamentos têxteis foram detalhados quais são esses beneficiamentos. Os tecidos e aviamentos utilizados, a cor da peça e grade de tamanhos também estão presentes.

O cálculo de custo bruto de produção de cada peça também foi realizado.

As mesmas estão dispostas a seguir:

Figura 57 – Ficha Técnica Blazer

	REF.: 02.1	NOME: BLAZER NUDE	DATA: JUL./2022
	COLEÇÃO: LADY DI DE MONTE'S 23		DESIGNER: KELLY MONTE
	DESCRIÇÃO: Blazer feminino de manga longa e gola xale		



<p>CORES</p> 	<p>BENEFICIAMENTOS</p> <p>NOME: DESIGN DE SUPERFÍCIE TÊXTIL</p> <p>TÉCNICA: BORDADO COM TECIDO E PEDRARIAS</p> <p>EMPRESA: MONTE'S</p> 
---	--

Figura 58 – Ficha Técnica Blazer Composição

GRADE DE TAMANHOS											
PP		P		M		G		GG		XG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
		01									


AVIAMENTOS						
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO	
Botão bombê 2,5cm	100% PES	Nude	2	Monte's	R\$ 1,5 un.	
Entretela colante	100% PES	Branco	1m	Maximus tecidos	R\$ 19,00 m.	
Linha 120	100% PES	Nude	100 m	Carretel aviamentos	R\$ 0,01 m.	

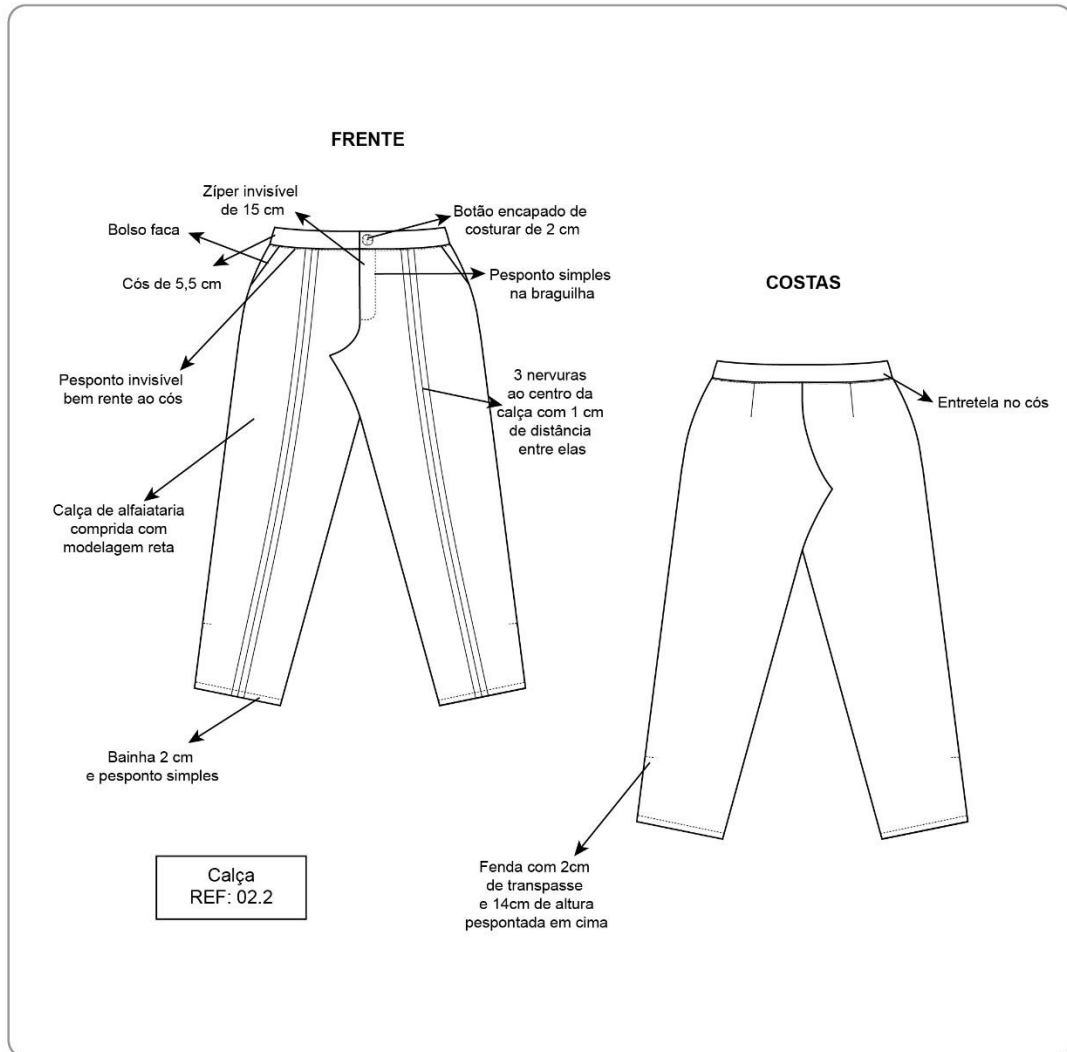
TECIDOS						
DESCRIÇÃO	COMP.	COR	QUANTIDADE	LARGURA	FORNECEDOR	PREÇO
1. Crepe alfaiataria	96% PES 04% PUE	NUDE	1,70 m	1,47 m	Maximus tecidos	R\$ 57,00 m.
2. Seda Pluma	96% PES 04% PUE	NUDE	1,70 m	1,47 m	Maximus tecidos	R\$ 33,00 m.

AMOSTRA DE TECIDOS			
Tecido 1	Tecido 2	Tecido 3	Tecido 4
			

CUSTOS			
AVIAMENTOS	TECIDOS	COSTURA/BENEF.	PREÇO TOTAL
Botões: R\$ 3,00	Crepe Alfaiataria: R\$ 96,90	Costura R\$ 15,00	R\$ 211,00
Entretela: R\$ 19,00	Seda Pluma: R\$ 56,10	Superfície R\$ 20,00	
Linha: R\$ 1,00			

Figura 59 – Ficha Técnica Calça Nervuras

	REF.: 02.2	NOME: CALÇA NERVURAS	DATA: JUL./2022
	COLEÇÃO: LADY DI DE MONTE'S 23		DESIGNER: KELLY MONTE
	DESCRIÇÃO: Calça de alfaiataria reta com nervuras		



CORES	BENEFICIAMENTOS
	<p>NOME: NERVURA E BORDADO</p> <p>TÉCNICA: COSTURA NA MAQUINA RETA</p> <p>EMPRESA: MONTE'S (NO PRÓPRIO TECIDO DA CALÇA)</p> 

Figura 60 – Ficha Técnica Calça Composição

GRADE DE TAMANHOS											
PP		P		M		G		GG		XG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
		01									


AVIAMENTOS					
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
Botão bombê 2cm	100% PES	Nude	1	Monte's	R\$ 1,5 un.
Entretela colante	100% PES	Branco	10 cm	Maximus tecidos	R\$ 19,00 m.
Linha 120	100% PES	Nude	92 m	Carretel aviamentos	R\$ 0,01 m.

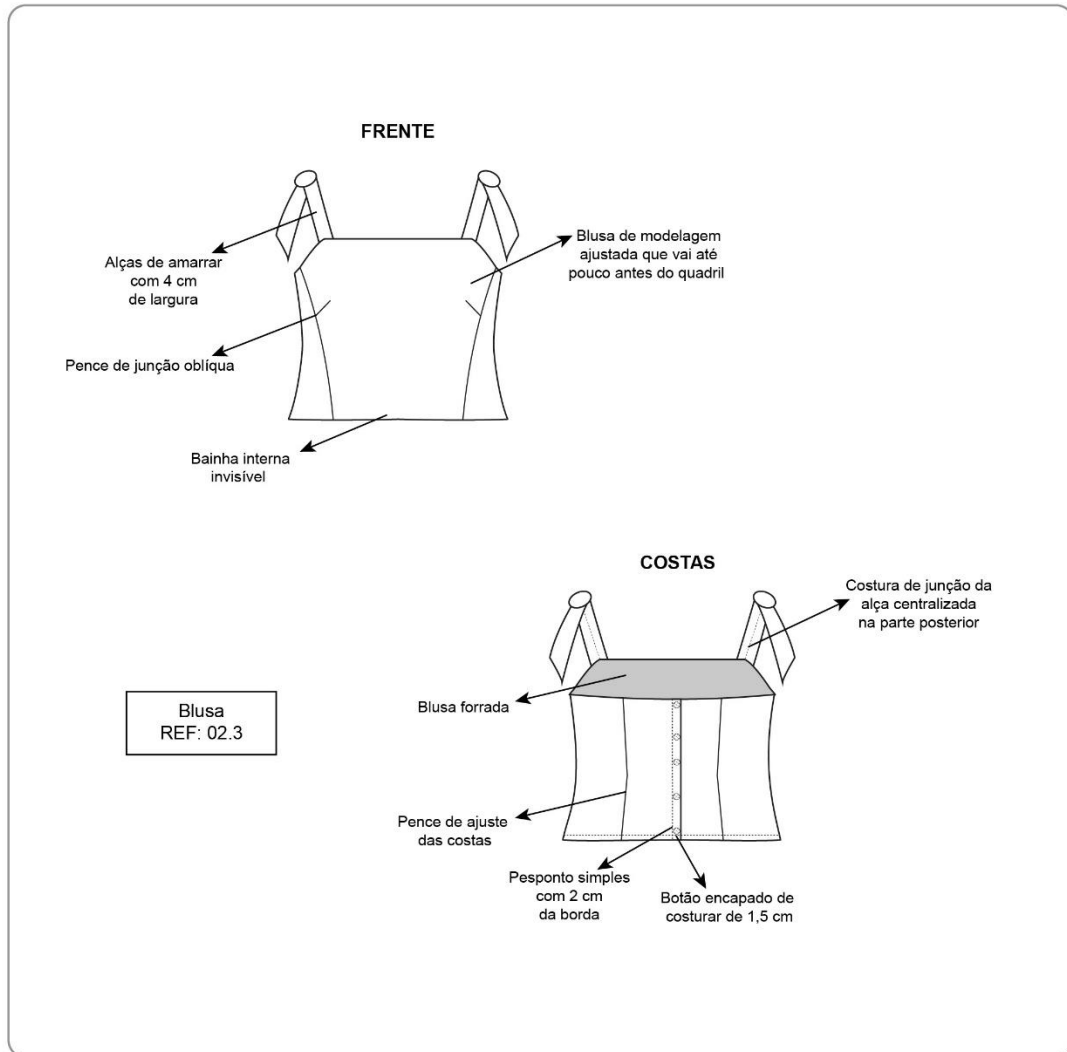
TECIDOS						
DESCRIÇÃO	COMP.	COR	QUANTIDADE	LARGURA	FORNECEDOR	PREÇO
1. Crepe alfaiataria	96% PES 04% PUE	NUDE	1,70 m	1,47 m	Maximus tecidos	R\$ 57,00 m.

AMOSTRA DE TECIDOS			
Tecido 1	Tecido 2	Tecido 3	Tecido 4
			

CUSTOS			
AVIAMENTOS	TECIDOS	COSTURA/BENEF.	PREÇO TOTAL
Botões: R\$ 1,50	Creoe: R\$ 96,90	Costura R\$ 15,00	R\$ 136,22
Entretela: R\$ 1,90		Superfície R\$ 20,00	
Linha: R\$ 0,92			

Figura 61 – Ficha Técnica Blusa Princesa

	REF.: 02.3	NOME: BLUSA PRINCESA	DATA: JUL./2022
	COLEÇÃO: LADY DI DE MONTE'S 23		DESIGNER: KELLY MONTE
	DESCRIÇÃO: Blusa Feminina com alças de amarrar		



CORES	BENEFICIAMENTOS
	<p>NOME: DESIGN DE SUPERFÍCIE TÊXTIL</p> <p>TÉCNICA: BORDADO COM TECIDO E PEDRARIAS</p> <p>EMPRESA: MONTE'S</p>
	

Figura 62 – Ficha Técnica Blusa Princesa Composição

GRADE DE TAMANHOS											
PP		P		M		G		GG		XG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
		01									


AVIAMENTOS					
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
Botão bombê 1,5cm	100% PES	Rosê	5	Monte's	R\$ 0,50 un.
Entretela colante	100% PES	Branco	50 cm	Maximus tecidos	R\$ 13,00 m.
Linha 120	100% PES	Rosê	80 m	Carretel aviamentos	R\$ 0,01 m.

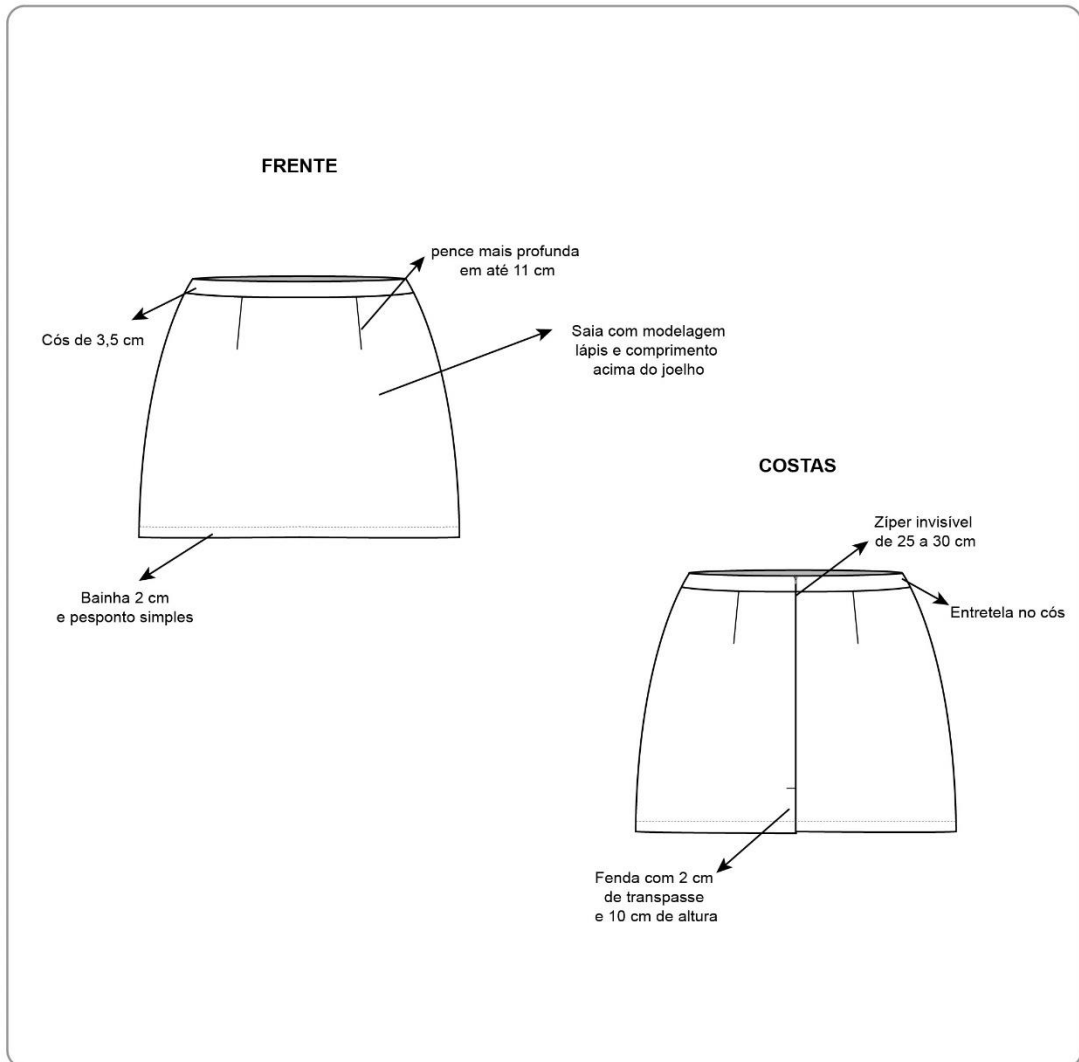
TECIDOS						
DESCRIÇÃO	COMP.	COR	QUANTIDADE	LARGURA	FORNECEDOR	PREÇO
1. Crepe Lorraine	95% PES 05% PUE	Rosê Princesa	1,20 m	1,45 m	Maximus tecidos	R\$ 41,00 m.

AMOSTRA DE TECIDOS			
Tecido 1	Tecido 2	Tecido 3	Tecido 4
			

CUSTOS			
AVIAMENTOS	TECIDOS	COSTURA/BENEF.	PREÇO TOTAL
Botões: R\$ 2,5	Crepe: R\$ 49,20	Costura R\$ 15,00	R\$ 94,00
Entretela: R\$ 6,50		Superfície R\$ 20,00	
Linha: R\$ 0,80			

Figura 63 – Ficha Técnica Saia Imperial

	REF.: 11.2	NOME: SAIA LÁPIS IMPERIAL	DATA: JUL./2022
	COLEÇÃO: LADY DI DE MONTE'S 23		DESIGNER: KELLY MONTE
	DESCRIÇÃO: Saia lápis básica		



CORES	BENEFICIAMENTOS
	<p>NOME: NÃO HOUE</p> <p>TÉCNICA: NÃO HOUE</p> <p>EMPRESA: MONTE'S</p>

Figura 64 – Ficha Técnica Saia Imperial Composição

GRADE DE TAMANHOS											
PP		P		M		G		GG		XG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
		01									


AVIAMENTOS					
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
Zíper	100% PES	Rosê	11	Carretel aviamentos	R\$ 3,00 un.
Entretela colante	100% PES	Branco	10 cm	Maximus tecidos	R\$ 19,00 m.
Linha 120	100% PES	Rosê	92 m	Carretel aviamentos	R\$ 0,01 m.

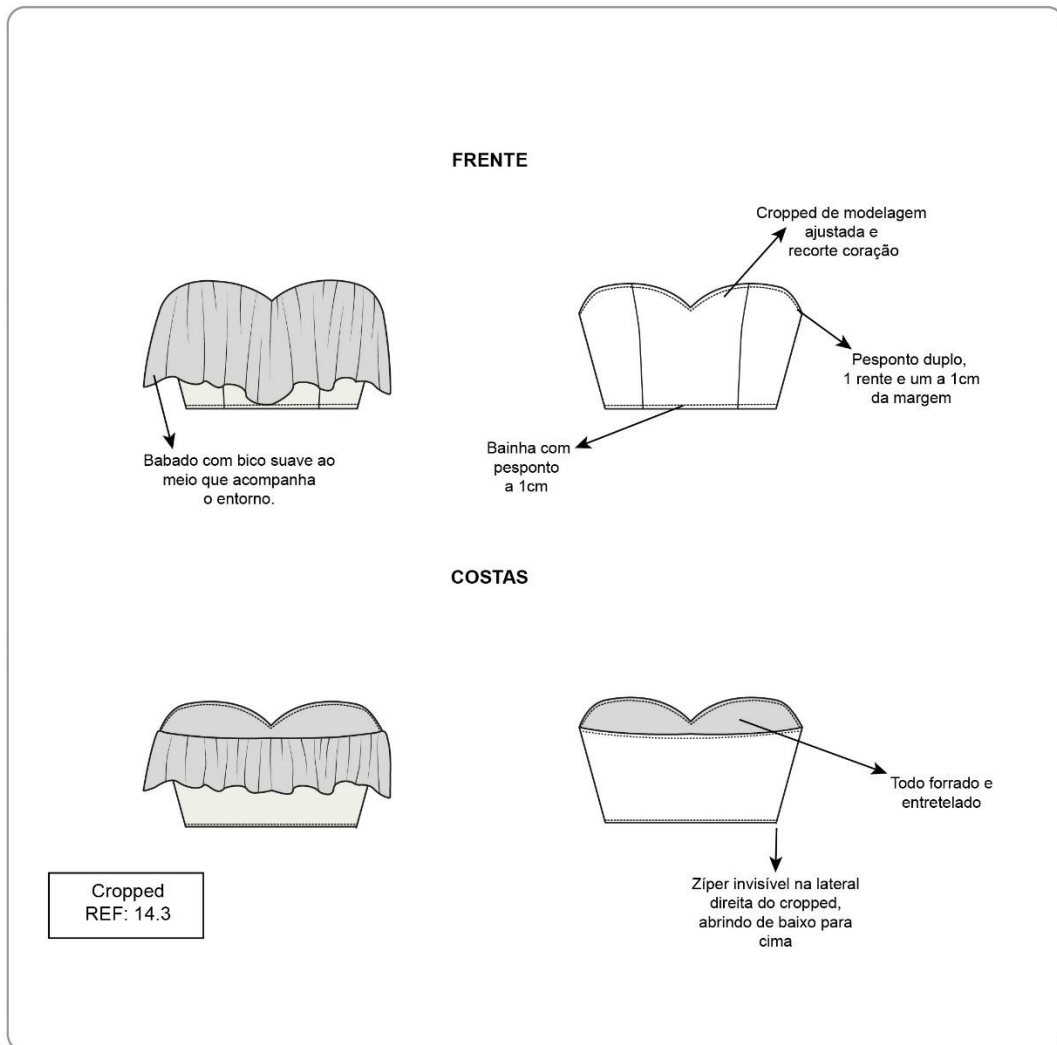
TECIDOS						
DESCRIÇÃO	COMP.	COR	QUANTIDADE	LARGURA	FORNECEDOR	PREÇO
1. Crepe alfaiataria Rayon	96% PES 04% PUE	Rosê Princesa	1 m	1,45 m	Marabá tecidos	R\$ 45,00 m.

AMOSTRA DE TECIDOS			
Tecido 1	Tecido 2	Tecido 3	Tecido 4
			

CUSTOS			
AVIAMENTOS	TECIDOS	COSTURA/BENEF.	PREÇO TOTAL
Zíper: R\$ 3,00	Crepe: R\$ 45,00	Costura R\$ 15,00	R\$ 65,82
Entretela: R\$ 1,90			
Linha: R\$ 0,92			

Figura 65 – Ficha Técnica *Cropped Realeza*

	REF.: 14.3	NOME: CROPPED REALEZA	DATA: JUL./2022
	COLEÇÃO: LADY DI DE MONTE'S 23		DESIGNER: KELLY MONTE
	DESCRIÇÃO: Cropped coração com babados		



CORES	BENEFICIAMENTOS
	<p>NOME: DESIGN DE SUPERFÍCIE TÊXTIL</p> <p>TÉCNICA: BABADOS</p> <p>EMPRESA: MONTE'S</p> 

Figura 66 – Ficha Técnica *Cropped Realeza* Composição

GRADE DE TAMANHOS											
PP		P		M		G		GG		XG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
		01									

AVIAMENTOS					
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
Zíper	100% PES	Off White	1	Carretel aviamentos	R\$ 3,00 un.
Entretela colante	100% PES	Branco	40 cm	Maximus tecidos	R\$ 13,00 m.
Linha 120	100% PES	Off White	97 m	Carretel aviamentos	R\$ 0,01 m.

TECIDOS						
DESCRIÇÃO	COMP.	COR	QUANTIDADE	LARGURA	FORNECEDOR	PREÇO
1. Crepe Lorraine	95% PES 05% PUE	Branco	1,50 m	1,45 m	Maximus tecidos	R\$ 41,00 m.

AMOSTRA DE TECIDOS			
Tecido 1	Tecido 2	Tecido 3	Tecido 4
			

CUSTOS			
AVIAMENTOS	TECIDOS	COSTURA/BENEF.	PREÇO TOTAL
Zíper: R\$ 3,00	Crepe: R\$ 57,40	Costura R\$ 15,00	R\$ 91,57
Entretela: R\$ 5,20		Superfície R\$ 10,00	
Linha: R\$ 0,97			

6.4 PROTOTIPAGEM

A parte de prototipagem das peças escolhidas foi bem desafiadora. Buscou-se trabalhar com a modelagem sob medida para o corpo da própria estilista, como modelo de prova, com medidas aproximadas ao tamanho 38. Por isso não houve a preocupação em dispor do tamanho exato das peças nas fichas técnicas uma vez que futuramente para outros clientes, a métrica do sob medida pode ser mantida conjuntamente à produção em tamanho padrão, para reprodução da coleção em pequena e média escala. Neste caso se aplicará os tamanhos nas fichas de produção, após adaptação e gradação das modelagens.

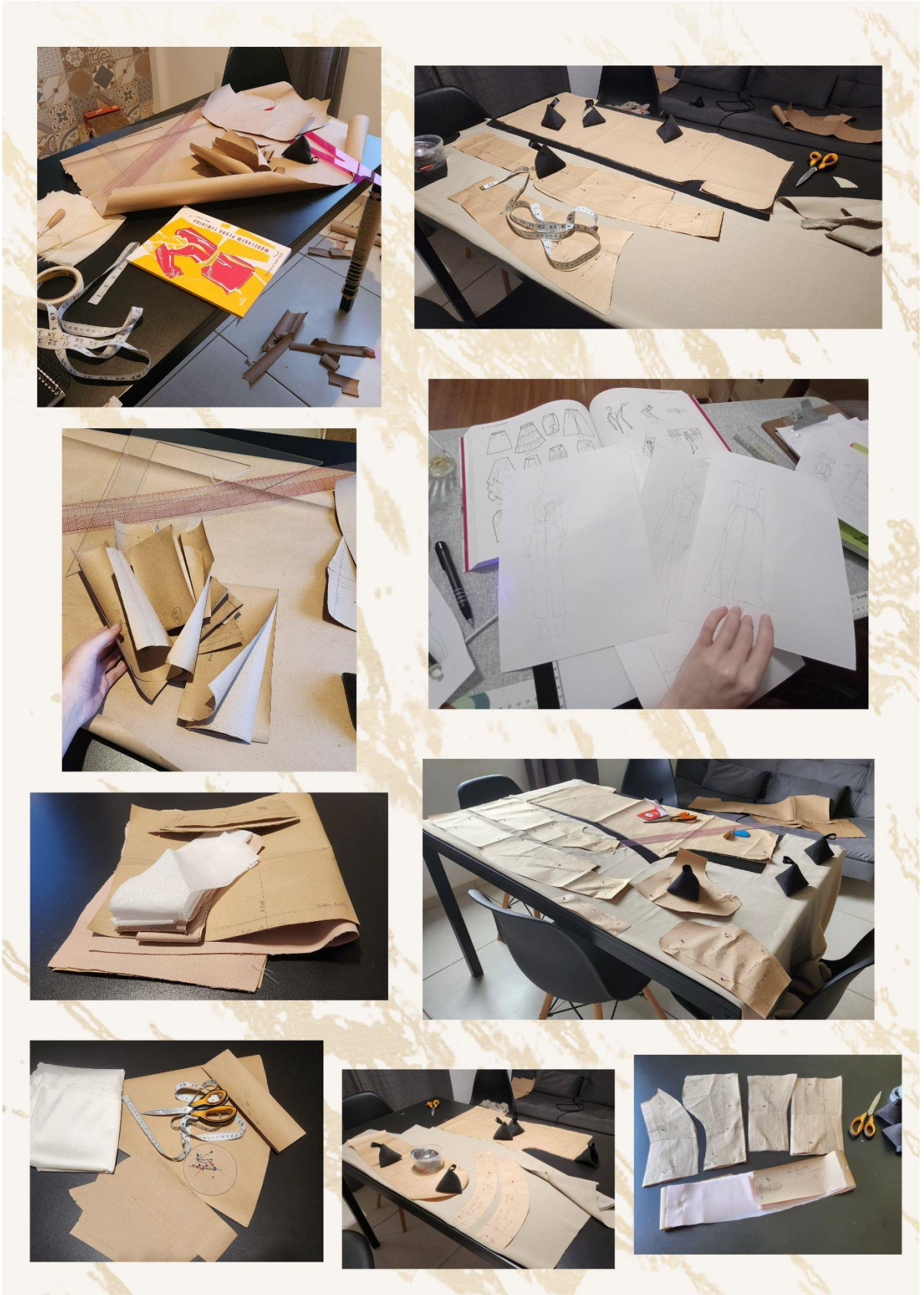
Para possibilitar um melhor teste de vestibilidade e aprovação das modelagens, todas as peças foram prototipadas em TNT e, depois de aprovadas, cortada nos tecidos definitivos para a confecção final.

O editorial de moda foi realizado no hotel *Ibis Styles* localizado em Pouso Alegre - Minas Gerais, com fotografia de Lucas Freitas Braga, edição e tratamento de imagem da própria estilista.

Foram meses de dedicação e desafio, uma vez que todos os processos foram realizados pela estilista, que buscava seu melhor desempenho no processo, experimentando os diversos conhecimentos técnicos apreendidos no curso de Bacharelado em Moda.

As imagens de parte do processo estão dispostas a seguir da figura 67 à figura 69 e o editorial com as peças finalizadas estão dispostas mais adiante, da figura 70 à figura 80.

Figura 67 – Modelagem e corte



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 68 – Prototipagem no TNT



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 69 – Produção das peças



Fonte: Da autora, 2022.

6.5 EDITORIAL

Figura 70 – Editorial, possibilidade de Look 1



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 71 – Editorial, possibilidade de Look 2



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 72 – Editorial, possibilidade de Look 3



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 73 – Editorial, possibilidade de Look 3



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 74 – Editorial, possibilidade de Look 4



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 75 – Editorial, possibilidade de Look 5



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 76 – Editorial, possibilidade de Look 6



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 77 – Editorial, possibilidade de Look 7



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 78 – Editorial, possibilidade de Look 7



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 79 – Editorial, possibilidade de Look 8



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 80 – Editorial, possibilidade de Look 9



Fonte: Da autora, 2022.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se a partir de todo o processo de pesquisa e desenvolvimento da coleção que a temática envolvida se faz importante no momento em que a sociedade se encontra, mais preocupada com as questões ambientais e o futuro que teremos se nada for feito a longo prazo. Desta maneira, a forma de produção e consumo de moda vem sendo ressignificados, visando contemplar além das demandas de mercado, as possíveis soluções aos impactos que podem causar no meio ambiente. A melhor forma de fabricação e uso possível das roupas em todos os nichos é primordial para que a humanidade continue crescendo em termos de mercado e moda, sem deixar o lado ambiental e social de lado.

Como resultado deste trabalho intenciona-se um novo olhar para as peças desde sua criação pelo profissional que tem o cuidado com a escolha e a qualidade dos materiais utilizados na produção, visando um bom uso das peças posteriormente. E que os clientes possam entender o propósito da coleção, a importância de tudo o que envolve uma peça de roupa e que assim saibam usufruir conscientemente ao máximo e por longos períodos uma mesma vestimenta sem se cansar, ou achar que é algo ruim repetir roupas, sempre as reinventando a cada ocasião.

Partindo deste conceito, o tema escolhido conversa muito bem com o propósito do projeto. Além de ser uma escolha pessoal trabalhar a Lady Di como tema, tem-se a simbologia do que ela significa na moda e na sociedade como influência positiva. Empoderada e bem vestida, sempre transitando entre os estilos do tema, a moda festa e casual chic, a mesma nunca se preocupou com rótulos e sim com o impacto que suas ações e escolhas teriam ao próximo e ao meio ambiente. Uma coleção cheia de significado partiu disto, resultando em peças de valor para mulheres que desejam unir os conceitos moda, sofisticação, elegância, atemporalidade, meio ambiente e arte em não apenas uma roupa, e sim uma peça que conta história e a cada uso tem um novo significado devido a sua versatilidade.

Cada disciplina aprendida durante o Bacharelado em Moda foi fundamental em minha formação e para que este trabalho fosse executado, uma vez que o trabalho de conclusão de curso engloba todo o conteúdo aprendido durante o tempo de estudo, desde os desdobramentos históricos às partes práticas. Partindo da ideia e de croquis à mão, os acabamentos foram feitos digitalmente. Por conseguinte, toda a pesquisa de tendência e produção de moda baseou-se nos conhecimentos adquiridos em aula.

As fichas técnicas surgiram de forma digital também com muitas horas de aprendizado no curso, além da prototipagem em si, que com o conhecimento adquirido nas aulas enriquecedoras de modelagem plana, moulage, modelagem criativa e costura me proporcionaram o embasamento prático para aplicar com eficácia todas as peças e criar no mundo físico o que surgiu em pensamento. O Bacharelado em Moda da UFJF é um conjunto de todas as partes que trabalham a moda e possibilita ao profissional graduado através do curso sair com uma formação ímpar através dos professores, profissionais diferenciados, super capacitados que ministram os cursos.

Este foi um projeto extenso e cheio de desdobramentos que seguirão sendo aprimorados e pensados com o passar do tempo. Um modo de pensar que a estilista buscou para atender às demandas não supridas, buscando uma forma mais assertiva em nichos tão grandes e de alto consumo mundial.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Manuela. Narchi é fera em vestidos de festa!. **Glamour**. [s.l.]. 11 ago. 2015. Disponível em: <<https://glamour.globo.com/moda/news/noticia/2015/08/estilista-revelacao-isabella-narchi-e-fera-em-vestidos-de-festa.ghtml>> Acesso em: 10 dez. 2021.

ARANTES, Marcelo. **A Antietiqueta dos Novos Famosos**: Guia para uma Celebridade Instantânea. Rio de Janeiro: Editora Frutos, 2009.

BARNARD, M. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BARROS, Stella Telles; NUNES, Viviane G. A. Sustentabilidade Na Indústria Do Vestuário: Estudo De Caso Em Uma Empresa Do Segmento Moda Festa. **MIX Sustentável**, [S.l.], v. 7, n. 2, p. 23-32, abr. 2021. ISSN 24473073. Disponível em: <<http://www.nexos.ufsc.br/index.php/mixsustentavel>> Acesso em: dia mês. ano. doi: <<https://doi.org/10.29183/2447-3073.MIX2021.v7.n2.115-124>> Acesso em: 15 dez. 2021.

BLACKMAN, Cally. **100 anos de Moda**. São Paulo: Editora Publifolha, 2012.

BOMENY, Luiza. Conheça Patricia Bonaldi, a designer que conquistou o Brasil e se tornou uma febre entre as celebridades. **Blog Luiza Bomeny**. [s.l.]. 28 jan. 2018. Disponível em: <<https://www.luizabomeny.com.br/site/institutomarangoni/Blog/conheca-patricia-bonaldi-a-designer-que-conquistou-o-brasil-e-se-tornou-uma-febre-entre-as-celebridades/>> Acesso em: 5 jan. 2022.

BONADIO, Maria Claudia. CHATÔ: O REI DO ALGODÃO. **História: Questões & Debates**, [s.l.], v. 65, n. 2, p. 39-67, set. 2017. ISSN 2447-8261. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/historia/article/view/55382>> doi:<<http://dx.doi.org/10.5380/his.v65i2.55382>>. Acesso em: 11 dez. 2021.

Casamento Real. **Globo**. [s.l.]. 2021. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/coberturas/casamento-real-1981/noticia/casamento-real-1981.ghtml>> Acesso em: 15 set. 2022.

Consumo Feminino: O impacto das mulheres no mercado de consumo. **Agência Santa Fé**. [s.l.], 24 jun. 2019. Disponível em: <<https://www.agenciasantafe.com.br/blog/mulheres-no-mercado-de-consumo/>> Acesso em: 17 mar. 2022.

CRANE, Diana. **A Moda e seu Papel Social**: Classe, Gênero e Identidade das Roupas. São Paulo: 2 ed. Senac, 2006.

FRINGS, Gini Stephens. **Moda: Do Conceito ao Consumidor**. Porto Alegre: 9 ed. Bookman, 2012.

GUIMARÃES, M. E. E. A. A moda do futuro ou o futuro da moda?. **dObras** – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S. l.], v. 10, n. 21, p. 5–20, 2017. DOI: 10.26563/dobras.v10i21.550. Disponível em: <<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/550>> Acesso em: 25 maio 2022.

ESTEVÃO, Ilca Maria. Patricia Bonaldi e Flavia Aranha falam sobre handmade e artesãos. **Portal eletrônico de notícias Metrôpoles**, 24 out. 2019. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/patricia-bonaldi-e-flavia-aranha-falam-sobre-handmade-e-artesaos>> Acesso em: 28 jun. 2022.
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12º ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

GALVÃO, Camila. Chegou a vez do Brasil: Veja como foi a moda nos últimos 100 anos do país. **Mega Curioso**. [s.l.]. 2015. Disponível em: <<https://www.megacurioso.com.br/cultura/85677-chegou-a-vez-do-brasil-veja-como-foi-a-moda-nos-ultimos-100-anos-do-pais.htm>> Acesso em: 22 jun. 2022.

Índice de transparência da moda do Brasil: Edição 2021. **Fashion Revolution**. [s.l.]. p.5, 2021. Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3ab636c5a179fc8d66856d19c46077dc/\\$File/30891.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3ab636c5a179fc8d66856d19c46077dc/$File/30891.pdf)> Acesso em: 22 jun. 2022.

LEE, L.; MAGNUS, K. H. A More Circular Fashion Industry Will Require a Collective Effort. **The State of Fashion 2021**. McKinsey&Company. [s.l.] p63-75, 2021. Disponível em: <<https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/state%20of%20fashion/2021/the-state-of-fashion-2021-vf.pdf>> Acesso em: 22 maio 2022.

LEHNERT, G. **História da Moda**: do século XX. Brasília: Colônia: Konemann, 2001.
MARI JR. Sergio. Influência social no comportamento do consumidor. **Infonauta**, 2021. Disponível em: <<https://infonauta.com.br/comportamento-do-consumidor/influencia-social-no-comportamento-do-consumidor>>. Acesso em: 15 dez. 2021.

NEDDELL, Jeffrey. **A ascensão do fetichismo consumista**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo 3 (8), 39-58. Disponível em: <http://anpocs.com/images/stories/RBCS/08/rbcs08_03.pdf> Acesso em: 20 jan. 2022.

MONTEIRO, Gabriel. 100 anos de Zuzu Angel. **Elle**. [s.l.], 2021. Disponível em: <<https://elle.com.br/moda/100-anos-de-zuzu-angel>> Acesso em: 22 jun. 2022.

MORTHON, Andrew. **Diana: Sua Verdadeira História**. Best Seller, 6º edição, São Paulo, 2013.

O Mercado de Eventos: indicadores sobre a oferta e a demanda. **ABRAFESTA**. [s.l.]. 2017. Disponível em: <<https://abrafeira.com.br/wp->

content/uploads/2022/03/Wedding-Concept-Pesquisa-Consolidada.pdf> Acesso em: 22 jun. 2022.

PEZZOLO, Dinah Bueno. **Moda e Arte**: Releitura no processo de criação. São Paulo: Senac, 2013.

PRADO, Luís André do. **Indústria do vestuário e moda no Brasil, sec. XIX a 1960 - da cópia e adaptação à autonomização pelo simulacro**. 2019. Tese (Doutorado em História Econômica) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019. Disponível em: <<https://teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8137/tde-16102019-145105/pt-br.php>> doi:10.11606/T.8.2019.tde-16102019-145105. Acesso em: 12 ago. 2022.

Prêt-à-Porter: Conheça seu Significado e sua História. **Etiqueta Única**. [s.l.], [2018?a]. Disponível em: <<https://blog.etiquetaunica.com.br/pret-a-porter-significado-e-historia/#:~:text=O%20termo%20foi%20criado%20no,a%20loja%20de%20departamentos%20Printemps.>>> Acesso em: 05 jul. 2022.

RAINHO, Maria do Carmo. **A distinção e suas normas**: Leituras e leitores dos manuais de etiqueta e civilidade no Rio de Janeiro do século XIX. Acervo, no. 1-2, jan-dez, 1995, pp.139-152. Disponível em: <<http://revista.arquivonacional.gov.br/index.php/revistaacervo/article/view/244/244>> Acesso em: 10 ago. 2022.

SANTOS, Sara Fernanda dos. **Versatilidade do vestuário**: entre o fast e o slow fashion. 2018. p.13-20. Trabalho de Conclusão de Curso - Bacharelado em Moda, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2018. Disponível em: <<https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/12185>> Acesso em: 25 jun. 2022.

SCHULTE, N. K.; LOPES, L. D. Sustentabilidade Ambiental: um desafio para a moda. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 1, n. 2, 2008. Disponível em: <<https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7601>> Acesso em: 26 jun. 2022.

SOTOCÓRNO, Vivian. **Repetir roupas é chic e sustentável**. Revista Online Vogue Brasil, Recurso online, 29 mar. 2021. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/moda/noticia/2019/12/nossa-editora-de-moda-conta-porque-ama-repetir-suas-roupas.html>> Acesso em: 25 jun. 2022.

SVENDSEN, Lars. **Moda: Uma Filosofia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

The Style Guide: Da adrenalina esportiva ao look casual chic. **Farfetch**. [s.l.]. 10 abr. 2017. Disponível em: <<https://www.farfetch.com/br/style-guide/tendencias-subculturas/look-casual-chic/#:~:text=Foi%20no%20in%C3%ADcio%20do%20s%C3%A9culo,a%20vida%20ao%20ar%20livre.>>> Acesso em: 19 jul. 2022.

THE TRUE cost. Direção: Andrew Morgan, Produção: Michael Ross. EUA: 2015, 92min

TRÁPAGA, Luiza Victoria. **Coco Chanel e a construção da figura feminina**: um estudo sobre a transição entre La Belle Époque e o Século XX. 2020. p.28-30. Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação. Universidade do Porto. Porto, Portugal, 2020 Disponível em: <<https://hdl.handle.net/10216/130837>> Acesso em: 21 jun. 2022.

Um giro pela fascinante história da moda. **Etiqueta Única**. [s.l.], [2018?b]. Disponível em: <<https://blog.etiquetaunica.com.br/um-giro-pela-historia-da-moda/>> Acesso em: 22 jun. 2022.

WEBER, Caroline. **Rainha da Moda**: Como Maria Antonieta se vestiu para a revolução. Jorge Zahar, Rio de Janeiro, 2008.

Sites:

<https://www.isabellanarchi.com.br/>

<https://www.instagram.com/isabellanarchi/>

<https://www.patbo.com.br/>

<https://www.instagram.com/patriciabonaldi/>

<https://www.iorane.com.br/>

<https://texprima.com.br/cores-verao-23/>